



Panca Sakti Bekasi

Analisis Hubungan Gaya Kepemimpinan dengan Semangat Kerja Karyawan
(PT. Rex Capital Futures)
Dermawan – Universitas Panca Sakti Bekasi (1-15)

Penggunaan Teknologi Informasi dalam Inovasi Spesialisasi Industri
Daniel Hokky B, Johannes H Siregar – Universitas Pembangunan Jaya (16-23)

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Aplikasi Belanja Daring
Muhammad Ichsana Nur I, Bobbi Reza, Nur Azis —STIE ISM (24-42)

Resiliensi dan Adaptasi Ekosistem Film Di Masa Pandemi Covid-19
Gabriela Tambunan, Johannes Hamonangan Siregar, Pihri Buhaerah
Universitas Pembangunan Jaya dan LIPI (42-49)

Pemanfaatan Sistem Mitra Penjualan Online Untuk meningkatkan Ekonomi Digital di
Indonesia
Mochamad Ramadhoni, Johannes H. Siregar – Universitas Pembangunan Jaya (50-57)

Peranan E-Commerce Dalam Memajukan Ekonomi Petani Tanaman Hias
Lazuardi R Alfiandani, Johannes H. Siregar – Universitas Pembangunan Jaya (58-65)

Pemanfaatan Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Ekspor Agrikultur Indonesia
Ramadan Arief Yoga P, Johannes H Siregar – Universitas Pembangunan Jaya (66-70)

Univ. PANCA SAKTI BEKASI
Jl Raya HANKAM No 54
Jati Rahayu, Pondok Gede
Bekasi 17414

Phone: 021 8497 9181

Fax: 021 8497 0535

web <http://www.panca-sakti.ac.id>

LPPM
PANCA SAKTI

JURNAL PANCA SAKTI BEKASI
ISSN 2686-1720
Volume 2 No 1, Desember 2020

Pelindung dan Penyandang Dana
Yayasan Panca Sakti Bekasi

Penanggung Jawab
Rektor Universitas Panca Sakti Bekasi

Ketua Dewan Editor
Dr. Rufman Iman Akbar., MKom

Dewan Editor
Dr. Supriyadi
Leroy H., MPd
Eka Putri., MPd
Yon AE., MPd

Mitra Bestari
Zaharudin., PhD (STIMA IMI)
Dr. Sri Watini., MPd (Univ. Panca Sakti Bekasi)
Dr. Rufman I. Akbar., MKom (Universitas Pembangunan Jaya)
Dr. Joko Dewanto., MM (Universitas Tangerang Raya)
Dr. Saludin Muis., MKom (Universitas Bina Insani)
Dr. Sandi Kosasih., MKom (STMIK Pontianak)

Jurnal Panca Sakti Bekasi diterbitkan oleh LPPM STKIP Panca Sakti
Dengan frekuensi terbitan 3 kali per tahun

LPPM – Universitas Panca Sakti Bekasi
Jl. Raya HANKAM No 54, Jati Rahayu – Pondok Gede
Kota Bekasi 17414

DAFTAR ISI

Analisis Hubungan Gaya Kepemimpinan dengan Semangat Kerja Karyawan (PT. Rex Capital Futures) Dermawan – Universitas Panca Sakti Bekasi	(1-8)
Penggunaan Teknologi Informasi dalam Inovasi Spesialisasi Industri Daniel Hokky Busman, Johannes Hamonangan Siregar – Universitas Pembangunan Jaya	(9-26)
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Aplikasi Belanja Daring Muhammad Ichsan Nur I, Nur Azis, Bobbi Reza—STIE ISM	(24-42)
Resiliensi dan Adaptasi Ekosistem Film Di Masa Pandemi Covid-19 Gabriela Tambunan, Johannes Hamonangan Siregar , Pihri Buhaerah, UPJ & LIPI	(42-49)
Pemanfaatan Sistem Mitra Penjualan Online Untuk meningkatkan Ekonomi Digital di Indonesia Mochamad Ramadhoni, Johannes Hamonangan Siregar – Universitas Pembangunan Jaya	(50-57)
Peranan E-Commerce Dalam Memajukan Ekonomi Petani Tanaman Hias Lazuardi Raka Alfiandani , Johannes H. Siregar – Universitas Pembangunan Jaya	(58-65)
Pemanfaatn Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Ekspor Agrikultur Indonesia Ramadan Arief Yoga Pratama, Johannes H Siregar – Universitas Pembangunan Jaya	(66-70)

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang mana berkat rahmat dan karunianya jualan Jurnal Panca Sakti Bekasi Volume 2 No1 akhirnya dapat kami terbitkan pada bulan Desember 2020 ini. Jurnal Panca Sakti Bekasi ini merupakan Jurnal Ilmiah di Bidang Pendidikan dan Manajemen Bisnis namun tidak dibatasi pada kedua bidang ilmu tersebut saja – dan dapat menjadi media diseminasi ilmu pendidikan dan manajemen bisnis bagi para penggiat penelitian, maupun para dosen di perguruan tinggi.

Pada terbitan pertama ini, ada tujuh tulisan yang berasal dari berbagai perguruan tinggi seperti STIE Indonesia School of Management, Universitas Pembangunan Jaya dan juga tentunya dari Universitas Panca Sakti sendiri. Diharapkan di terbitan selanjutnya akan mengakomodir lebih banyak penulis dan dari perguruan tinggi yang beragam pula.

Pada volume ini. Kami memuat tulisan yang berkaitan dengan *Analisis Hubungan Gaya Kepemimpinan dengan Semangat Kerja Karyawan* (PT. Rex Capital Futures) dari dosen PSU Bekasi, Dermawan. Selanjutnya *Penggunaan Teknologi Informasi dalam Inovasi Spesialisasi Industri* oleh Daniel Hokky Busman dan Johannes Hamonangan Siregar dari Universitas Pembangunan Jaya. Kemudian *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Aplikasi Belanja Daring* oleh Muhammad Ichsan Nuur I, Nur Azis, Bobbi Reza dari STIE Indonesia School of Management.

Selanjutnya *Resiliensi dan Adaptasi Ekosistem Film Di Masa Pandemi Covid-19* oleh Gabriela Tambunan, Johannes Hamonangan Siregar, Pihri Buhaerah, kerja sama Universitas Pembangunan Jaya dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Penelitian yang berkaitan dengan e-commerce seperti *Pemanfaatan Sistem Mitra Penjualan Online Untuk meningkatkan Ekonomi Digital di Indonesia* oleh Mochamad Ramadhoni dan Johannes Hamonangan Siregar dari Universitas Pembangunan Jaya. Dan juga *Peranan E-Commerce Dalam Memajukan Ekonomi Petani Tanaman Hias* oleh Lazuardi Raka Alfiandani dan Johannes H. Siregar dari Universitas Pembangunan Jaya.

Tulisan terakhir *Pemanfaatan Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Ekspor Agrrikultur Indonesia* oleh Ramadan Arief Yoga Pratama dan Johannes H Siregar dari Universitas Pembangunan Jaya

Tak lupa dewan redaksi mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi terhadap terbitnya jurnal ini. Kritik dan saran dari pembaca, untuk peningkatan jurnal ini juga sangat kami harapkan

وَعَلَيْكُمْ السَّلَامُ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Bekasi, Desember 2020 – Dewan Redaksi

Peranan E-Commerce Dalam Memajukan Ekonomi Petani Tanaman Hias

Lazuardi Raka Alfiandani ^{*1}, Johannes Hamonangan Siregar ²

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Desain,

Universitas Pembangunan Jaya

e-mail : ^{*1}Lazuardi.Rakaalfiandani@student.upj.ac.id, ²johannes.siregar@upj.ac.id

Abstrak

Perkembangan IT di Indonesia yang pesat membuat masyarakat harus mencari inovasi-inovasi baru dalam memanfaatkan teknologi sebagai acuan untuk mengembangkan dan memperluas perekonomian Indonesia. Pasar daring merupakan hasil dari salah satu inovasi yang dikembangkan untuk menekan angka pengangguran serta memberikan kesempatan baru bagi para pelaku bisnis sehingga mereka bisa menerima pasar dengan wilayah cakupan yang sangat luas. Topik penelitian ini dibuat untuk memberikan gambaran kepada masyarakat umum tentang pentingnya IT pada usaha memajukan perekonomian petani tanaman hias. Dengan metode penelitian studi kasus kualitatif penelitian ini akan menginformasikan bahwa IT membawa dampak besar pada para petani tanaman hias. Sampel yang didapat merupakan hasil wawancara dengan beberapa pegiat dan penjual tanaman hias sekitar. Perkembangan IT membawa dampak positif tersendiri bagi masyarakat dan pelaku bisnis. Keduanya sama-sama diuntungkan dengan layanan pasar daring yang sangat praktis tetapi data yang diperoleh pun akurat, sehingga baik masyarakat atau pelaku bisnis bisa mendapatkan manfaat sesungguhnya dalam kegiatan pasar daring.

Kata kunci : IT, pasar daring, masyarakat, pelaku bisnis

Abstract

The rapid development of IT in Indonesia has made people have to take a look for innovations in utilizing technology as a reference for developing and expanding the Indonesian economy. The online market is the result of one of the innovations developed to reduce unemployment rates and provide new opportunities for business people so that they can accept a market with a very wide coverage area. This research topic was created to provide an overview to the general public about the importance of IT in an effort to advance the economy of ornamental plant farmers. With a qualitative case study research method, I will inform you that IT has a big impact on ornamental plant farmers. The sample obtained is the result of interviews with several local businessmen and sellers of ornamental plants around. The development of IT has had a positive impact on society and business people. Both of them get the benefit from an online market with a high percentage of accurate data, so both plant farmers and businessmen can get real benefits in online market activities.

Keywords : IT, online market, community, businessmen

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan geografis kepulauan. Indonesia terletak di garis khatulistiwa sehingga Indonesia memiliki iklim tropis. Dengan iklim tropis, Indonesia memperoleh sinar matahari sepanjang tahunnya. Beberapa menyebut bahwa Indonesia merupakan negara subur, artinya tanah Indonesia sangat cocok untuk dimanfaatkan pada bidang pertanian dan perkebunan. Pada bidang pertanian, contoh sektor yang dibahas adalah sektor tanaman hias. Tanaman hias adalah jenis-jenis tanaman yang digunakan untuk menambah kesan keindahan pada suatu tempat. Biasanya ditanam menggunakan pot kecil. Contohnya seperti menanam tanaman hias bunga-bunga kecil dan sebagainya [1].

Pada era *global warming* dan *climate change* sekarang ini, masyarakat dunia berbondong-bondong mengikuti kegiatan penghijauan lingkungan. Masyarakat mulai sadar dengan keadaan dunia yang semakin memburuk akibat dampak perubahan iklim lingkungan. Masyarakat mulai menemukan inovasi-inovasi kecil untuk membantu memulihkan keadaan lingkungan dunia. Berbagai macam sosialisasi dilakukan, mulai dari yang terkecil. Contohnya adalah dengan menanam tanaman hias di teras rumah atau halaman rumah. Hal tersebut membuat produksi tanaman hias mengalami peningkatan, khususnya pada bunga potong. Pada tahun 2017, bunga potong jenis orchid diproduksi sebanyak 4.195.325 tangkai sedangkan pada tahun 2018, mengalami peningkatan hingga 8.168.054 tangkai [2].

Indonesia mempunyai iklim tropis yang dimana hal tersebut membawa keuntungan tersendiri karena dengan lahan yang luas dan sinar matahari yang menyinari Indonesia sepanjang tahun, para petani tanaman hias bisa memproduksi tanaman hias secara maksimal. Pada tahun 2017, produksi tertinggi untuk kategori tanaman pot adalah tanaman jenis Philodendron dengan produksi mencapai 10,36 juta pohon. Lalu untuk tanaman jenis Pakis dengan produksi sebesar 9,25 juta pohon [3].

Pada permulaan tahun 2020, Indonesia mulai menerima gelombang pandemi Covid-19 dengan kasus pertama tertanggal 2 Maret 2020. Pasien tertular merupakan WNI berusia 64 tahun dan 31 tahun. Lalu penularan mulai muncul ke permukaan karena banyaknya laporan tentang gejala yang dialami. Angka kasus positif di Indonesia kian meningkat hingga November 2020. Terhitung hingga 30 November 2020, Indonesia mencapai total kasus sebanyak 534.000 kasus positif. Banyak penanganan yang dilakukan seperti PSBB dan penutupan beberapa wilayah protokol. Dampak dari pandemi ini membuat banyak perusahaan terpaksa memangkas jumlah karyawan mereka karena pendapatan yang kian menurun drastis akibat pandemi yang mengharuskan para karyawan untuk tidak bekerja di kantor, sehingga menyebabkan penurunan jumlah produksi dan jasa.

Seiring dengan kebiasaan masyarakat yang berubah, para karyawan terdampak Covid-19 memanfaatkan apa yang ada untuk menemukan peluang demi menutupi kebutuhan hidup sehari-hari. Terkait dengan perkembangan tanaman hias di Indonesia, para pebisnis menemukan hobi-hobi baru yang bisa diterapkan dengan praktis dan murah. Mereka mengambil kesempatan tersebut untuk membuka pasar baru yang menjanjikan. Para karyawan desa yang kebanyakan tidak lagi bekerja, menemukan pasar tanaman hias dengan pendapatan yang menjanjikan. Sehingga para petani tanaman hias memanfaatkan peningkatan penjualan tanaman hias untuk menambah jumlah produksi barang. Pada sisi pembeli, mereka merasa sangat dimudahkan dalam melengkapi hobi menanam tanaman hias mereka. Masyarakat yang menemukan hobi pada keindahan tanaman hias, merasa mendapatkan banyak benefit dari meningkatnya jumlahnya produksi tanaman hias yang terjadi. Tanaman hias digunakan untuk memperindah halaman rumah atau bahkan untuk kepentingan kesehatan sekalipun.

Salah satu kebiasaan masyarakat yang paling mencolok adalah dalam tingkat konsumsi pada *e-commerce*. *E-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Meski sarannya meliputi televisi dan telepon, kini *e-commerce* lebih sering terjadi melalui *internet* [4]. Pada masa pandemi, *e-commerce* menjadi alternatif atau menjadi pilihan masyarakat untuk proses jual-beli yang dilakukan untuk berbagai macam kebutuhan. Masyarakat menjadikan sebuah kebiasaan baru ini

karena dengan *e-commerce* mereka bisa dengan mudah membeli dan menjual barang. Dengan masa pandemi yang tidak memperbolehkan adanya kerumunan pada toko-toko atau pasar, *e-commerce* menghadirkan solusi terbaik dengan proses *online* tanpa kontak langsung dengan orang lain yang berpotensi tertular Covid-19.

Penelitian ini dilaksanakan dengan teknik pengambilan sampel *purposive* dan *accidental sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik sampling non-random dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada tempat penelitian[5]. Tahap penelitian dimulai dengan melakukan observasi pada wilayah objek penelitian yaitu perumahan graha raya. Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan manfaat kepada para pebisnis sehingga dari penelitian ini mereka bisa menerapkan teknologi pada pasar mereka. Penelitian ini juga menggunakan jenis data primer dan sekunder. data primer diambil melalui penelitian dengan wawancara dan data sekunder diperoleh melalui pihak ketiga seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

2. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada perumahan graha raya, Tangerang Selatan, Banten.

Waktu Penelitian dilaksanakan mulai dari 1 November 2020 - 30 November 2020

Metode Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif [6].

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan mewawancarai beberapa populasi terkait dengan judul penelitian yaitu : masyarakat dan penjual tanaman hias. Teknik pengumpulan data diambil dengan menjaga kerahasiaan narasumber.

Detail Narasumber

Dengan menjaga kerahasiaan narasumber, adapun inisial nama yang bersedia untuk diwawancarai secara singkat yaitu:

- a. NH sebagai penjual tanaman hias, berusia 43 tahun, perempuan
- b. AB sebagai penjual tanaman hias, berusia 60 tahun, laki-laki
- c. FA sebagai penjual tanaman hias, berusia 25 tahun, laki-laki
- d. VW sebagai masyarakat peminat tanaman hias, laki-laki
- e. SC sebagai masyarakat peminat tanaman hias, perempuan
- f. AR sebagai masyarakat peminat tanaman hias, perempuan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak IT pada perekonomian petani tanaman hias yang akhir-akhir ini menemukan kesempatan baru untuk memperluas usaha mereka. Sedangkan untuk masyarakat penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa jauh minat mereka terhadap tanaman hias pada perkembangan IT saat ini.

3.1 Hasil wawancara kepada penjual tanaman hias

“Sebenarnya, dengan adanya perkembangan teknologi usaha saya menjadi laris. Hanya saja kekurangannya ada pada pengetahuan saya mengenai teknologi yang ada. Proses update yang terhitung berkali-kali membuat saya bingung dengan perubahan pada aplikasi. Namun saya sangat terbantu dalam segi penjualan.” (Responden NH)

“Saya tentu sangat senang (dengan adanya e-commerce). Saya bekerja dengan anak saya. Untuk proses pengurusan melalui *internet* saya dibantu dengan anak saya. Bisa dibilang omset saya naik dua kali lipat.” (Responden AB)

“Mengucap syukur, saya bisa menutupi kebutuhan sehari-hari dengan berjualan tanaman. Saya memiliki dua toko, satu pada perumahan graha dan satu lagi membuka toko online. Saya sangat beruntung bisa membuka toko online karena jangkauan pembelinya luas.” (Responden FA)

3.2 Hasil wawancara kepada peminat tanaman hias

“Saya sudah hobi mengoleksi tanaman sejak dua tahun lalu. Sekarang saya lebih menerima manfaat *e-commerce* dalam pemenuhan kebutuhan hobi saya. Saya juga memiliki langganan terhadap salah satu toko online yang selalu mendatangkan tanaman-tanaman bagus.” (Responden VW)

“Sebagai warga baru di perumahan saya, dalam proses penghiasan teras rumah saya memerlukan banyak tanaman hias. Saya sangat terbantu dengan proses pemesanan *online* sehingga tidak perlu datang ke toko.” (Responden SC)

“Pada perumahan saya ada program rumah asri, dimana setiap warga menanam tanaman untuk mempersejuk lingkungan. Terkadang kita butuh dalam jumlah yang banyak sehingga pemesanan online sangat membantu kami para masyarakat.” (Responden AR)

Hadirnya IT pada sektor perdagangan membuat proses jual-beli menjadi semakin praktis dan mudah. *E-commerce* hadir dengan inovasi yang menyediakan area pasar dengan skala yang besar. Pada komoditi tanaman hias, perkembangan IT membawa dampak positif bagi para penjual tanaman hias yang masih menggunakan penjualan secara *offline* atau hanya melalui toko.

Pandemi Covid-19 membuat sebagian besar masyarakat yang bekerja dirumah memilih untuk lebih memperhatikan keindahan teras-teras atau ruangan rumah mereka masing-masing. Tanaman hias menjadi salah satu kategori barang yang dipilih untuk menghiasi dan memberikan warna tersendiri pada rumah. Oleh sebab itu, dengan perkembangan IT yang terus berinovasi, masyarakat yang ingin mempercantik rumah mereka menjadi sangat terbantu.

3.3 Perkembangan penjualan tanaman hias di Indonesia

Tanaman hias merupakan segala jenis tanaman yang ditanam oleh manusia. Tanaman hias mencakup beberapa jenis seperti tanaman semak, tanaman merambat, tanaman perdu, tanaman terna atau pohon besar[7] Di Indonesia, tanaman hias lebih dikenal sebagai *kembang-kembangan* yang sering dijumpai pada teras rumah warga. Tanaman hias lebih banyak digemari karena bentuk tanaman yang menarik dan indah untuk dipandang. Bukan hanya sebagai hiasan rumah, seiring dengan berjalannya waktu tanaman hias kian digemari hingga banyak masyarakat yang menyukai tanaman hias, menjadikan penanaman tanaman hias sebagai hobi atau kegiatan yang digemari.

Tak hanya hobi, perkembangan tanaman hias juga berkembang dalam segi jenis tanaman yang ditanam. Perkembangannya dimulai dari rerumputan yang ditanam untuk mengurangi lahan yang tandus, lalu berkembang menjadi tanaman yang ditanam pada pot-pot dengan berbagai ukuran. Masyarakat mengenal tanaman hias adalah tanaman dengan bentuk seperti bunga, padahal tanaman hias bukan hanya berfokus pada bunga, tetapi tanaman hias juga berupa tanaman berbuah atau pohon-pohon. Dengan banyaknya varian atau jenis tanaman yang beragam, para petani-petani tanaman hias mulai menemukan pasar mereka untuk melestarikan tanaman hias dan menemukan inovasi baru dalam berbisnis dengan menjual tanaman-tanaman hias sesuai dengan harga yang cocok.

Indonesia mempunyai iklim tropis yang dimana hal tersebut membawa keuntungan tersendiri karena dengan lahan yang luas dan sinar matahari yang menyinari Indonesia sepanjang tahun, para petani tanaman hias bisa memproduksi tanaman hias secara maksimal. Pada tahun 2017, produksi tertinggi untuk kategori tanaman pot adalah tanaman jenis Philodendron dengan produksi mencapai 10,36 juta pohon. Lalu untuk tanaman jenis Pakis dengan produksi sebesar 9,25 juta pohon [8]. Lalu ada produksi pada kategori tanaman hias bunga, Jawa Timur menjadi daerah dengan produksi tanaman bunga terbanyak dengan rincian :

Provinsi Province	Jenis Tanaman Type of Plant			
	Krisan <i>Chrysantemum</i>	Mawar <i>Rose</i>	Sedap Malam <i>Tuberose</i>	Anggrek <i>Orchid</i>
(1)	(2)	(4)	(5)	(6)
Jawa Timur	130 641 982	137 898 146	73 741 542	4 055 588
Jawa Barat	186 313 493	15 021 422	2 841 538	4 195 325
Banten	300	2 829	371 301	6 093 810
Jawa Tengah	144 999 627	30 189 888	34 341 751	3 283 480
Sumatera Utara	392 465	1 585	14 353	380 938
Bali	8 297 350	201 353	341 065	208 506
Lainnya/Others	10 040 203	1 140 375	638 017	1 827 930

Gambar 3.1 Statistik produksi tanaman

Dari hasil produksi diatas, Indonesia berhasil melakukan kegiatan ekspor ke negara-negara tetangga dengan jumlah ekspor yang menjanjikan. Indonesia berhasil mengekspor 60,65 ton tanaman krisan dan mendapatkan hasil ekspor sebesar 699.176 US\$ dengan negara Jepang dan Kuwait sebagai negara pengimpor tanaman hias dari Indonesia. Dari produktivitas yang selalu berkembang, para petani harus semakin berinovasi dalam menjalankan bisnis-bisnis mereka. Industry 4.0 adalah sebuah tantangan sekaligus menjadi peluang terbesar untuk para petani tanaman hias.

3.4 Faktor Pendukung Penjualan Tanaman Hias

Terjualnya tanaman dengan harga tinggi dinilai terjadi karena peningkatan terhadap ketertarikan publik atas hortikultura selama pandemi covid-19. Menurut para ahli tanaman hias menjadi salah satu yang paling populer diantara kaum milenial saat ini [9].

Beberapa alasan mengapa tanaman hias menjadi komoditi yang menjanjikan adalah:

- a. Tanah Indonesia yang subur.
Dengan faktor yang mendukung terhadap bahan baku maupun lahan yang disediakan oleh alam Indonesia, para petani diberi kemudahan sehingga produktivitas penjualan bisa berjalan secara maksimal dan kualitasnya terjamin karena tanah Indonesia merupakan tanah yang subur, sehingga tanaman yang ditanam bisa tumbuh dengan sempurna
- b. Permintaan yang tinggi
Berkembangnya era digitalisasi dan masalah global warming membuat masyarakat mencari cara tentang bagaimana melakukan penghijauan dengan cara yang praktis dan cepat. Tanaman hias bisa menjadi salah satu solusi kecil untuk menghijaukan lingkungan dan menjadikan lingkungan tersebut asri.
- c. Perawatan yang mudah
Dalam proses perawatan produk, biasanya sebuah pedagang butuh alat dan biaya yang cukup besar. Namun beda halnya dengan perawatan tanaman yang sebagian besar perawatannya tergolong mudah untuk dilakukan. Mulai dari menyiram tanaman atau

pemberian pupuk. Hal tersebut membuat *cost* perawatan bisa dipangkas atau diminimalisir sehingga penjual tidak mengalami kerugian yang terlalu besar.

d. Wadah yang fleksibel

Bagi para masyarakat, mereka butuh sebuah produk dengan wadah atau tempat pot yang fleksibel atau bisa menyesuaikan dengan ruang lingkup yang dimiliki. Jika masyarakat ingin menanam tanaman dengan ruang yang minim, masyarakat bisa menggunakan pot berukuran 30cm atau bisa menggunakan media hidroponik yang proses penanamannya bisa diatur oleh masyarakat itu sendiri.

3.5 Dampak pada lingkungan masyarakat

Tanaman hias jika diartikan secara gamblang maka tanaman hias bisa diartikan tumbuhan dan hias, artinya sebuah proses untuk mempercantik. Selalu ada beragam jenis tanaman yang termasuk kedalam jenis tanaman seperti tanaman perdu, merambat, berbunga dan terna [10].

Bisnis E-Commerce ini memiliki beberapa keunggulan, baik dari sisi lokal, maupun perekonomian Indonesia. Dari segi waktu, biaya, dan tenaga, bisnis ini seakan memanjakan penggunanya dengan banyak keunggulan. Dan tentunya hal ini akan memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis, terutama untuk pengusaha lokal. Kini para usahawan tidak hanya memiliki toko offline, tapi ada juga toko onlinenya.

Bisnis ini tentu saja memberikan dampak yang positif bagi pengusaha lokal. Mereka tak perlu menyediakan modal yang besar untuk keperluan pengadaan toko. Dengan adanya bisnis online, seorang pengusaha dapat memulai usahanya dengan website atau sosial media yang bisa dapat didaftarkan secara gratis. Jangkauan sistem online juga tidak terbatas dan jam kerja yang lebih fleksibel, menjadikannya sebagai efek positif. Pengusaha juga mampu menjangkau pasar yang sangat luas jika dibandingkan dengan toko offline.

Efek positif dari ramainya sistem online juga berimbas pada perekonomian Indonesia berupa pendapatan negara yang semakin berkembang pesat karena adanya pajak yang diberlakukan untuk bisnis tersebut. Pendapatan negara pun dari tahun ke tahun semakin meningkat, karena sudah mulai banyak usahawan yang memasarkan produknya lewat online. Dengan adanya bisnis online ini juga dapat menyerap tenaga kerja serta mengurangi pengangguran yang ada di Indonesia.

3.6 Dampak pasar daring bagi pebisnis dan konsumen

E-commerce memiliki dampak yang sangat banyak bagi para pebisnis atau usahawan, dan konsumen maupun masyarakat. Keunggulan dari menggunakan E-Commerce bagi penjual adalah sebagai media promosi dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan baik secara online maupun offline, penghematan biaya operasional dalam menjalankan bisnisnya karena tidak membutuhkan ruang fisik yang luas untuk memajang produk dagangannya, mengurangi keterlambatan mendapatkan pembayaran dari konsumen, mempercepat pelayanan terhadap konsumen dan pelayanan yang lebih responsif. E-Commerce juga bisa memperluas pasar jual hingga pasar global. Lalu mampu meminimalisir biaya telekomunikasi serta akses informasi yang lebih cepat.

Melalui pemanfaatan E-Commerce, perusahaan mikro, kecil maupun menengah dapat memasuki pasar global dengan sangat mudah, contohnya seperti Ebay, Amazon, dll yang berawal dari perusahaan kecil menjadi perusahaan raksasa dalam waktu yang singkat bisa dibilang singkat. Keunggulan E-Commerce dibandingkan toko konvensional bagi konsumen adalah konsumen dapat berbelanja atau bertransaksi selama 24 jam dan di hampir setiap lokasi yang berkoneksi internet. Lalu, keuntungan lainnya ialah pengiriman produk yang cepat. Lalu konsumen bisa mendapatkan informasi yang sangat

detail dalam hitungan detik dan memberikan banyak pilihan dalam berbelanja. Di E-Commerce juga terdapat banyak diskon yang ditawarkan guna menarik minat para konsumen.

4. KESIMPULAN

Saat ini seiring berjalannya dengan waktu dan semakin berkembangnya teknologi masa kini penjualan tidak hanya sekedar di toko saja tetapi kebanyakan orang menjual dengan online atau dengan website. Dengan adanya penjualan online ini lebih praktis dan sangat mudah untuk mencari Tanaman Hias yang diinginkan konsumen sesuai dengan keinginannya. Hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi penjual, Mereka tak perlu menyediakan modal yang besar untuk keperluan pembukaan toko, Menguntungkan pihak konsumen/pembeli dan produsen/penjual ataupun distributor dalam mencari barang dan menjual barang, produsen dapat mempromosikan produknya tanpa mengeluarkan banyak biaya karena memanfaatkan fasilitas internet. kemudahan serta ketepatan waktu dalam proses pembayaran dengan cara transfer, dan tentunya mempermudah konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

5. SARAN

Solusi yang diberikan adalah berupa sosialisasi kepada para penjual tentang bagaimana mereka memanfaatkan kemajuan teknologi yang bisa membantu dan mendorong perekonomian bangsa. Tak hanya dalam sektor pendapatan, tetapi dalam pelestarian lingkungan yang sedang digalakkan, dan mereka bisa memanfaatkan dengan kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* mereka bisa mendapatkan informasi tentang toko terdekat dan mereka bisa menanam tanaman hias di teras rumah mereka.

Sosialisasi lebih lanjut mungkin akan dilakukan guna membantu para penjual yang kebingungan tentang penggunaan aplikasi, selain itu juga akan disiapkan guide atau tutorial book yang akan diintegrasikan ke dalam aplikasi dimasa depan. Dengan data yang lebih mencakup banyak masyarakat, sekiranya bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Setiap kekurangan pada paper ini ada untuk dijadikan bahan evaluasi dan menjadi motivasi bagi para penulis untuk membantu memberikan informasi kepada masyarakat tentang perkembangan IT di Indonesia.

TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu peneliti dari Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang telah memberikan banyak wawasan dan sudah membimbing penulis terhadap rancangan penelitian dalam rangka kegiatan Program Merdeka Belajar pada mata kuliah Komputer dan Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Sora. 2018. Menjelaskan Pengertian Tanaman Hias, Jenis, Contoh dan Manfaatnya

<http://www.pengertianku.net/2018/05/menjelaskan-pengertian-tanaman-hias-jenis-contoh-dan-manfaatnya.html>

Diakses pada 12/12/2020 : 20:15

[2] BPS. 2018. Statistik Tanaman Hias Indonesia 2017

<https://www.bps.go.id/publication/2018/10/05/d1f1f00e73b215b4118fa9e0/statistik-tanaman-hias-indonesia-2017>

Diakses pada 29/11/2020 : 13.29

[3] BPS. 2018. Statistik Tanaman Hias Indonesia 2017

<https://www.bps.go.id/publication/2018/10/05/d1f1f00e73b215b4118fa9e0/statistik-tanaman-hias-indonesia-2017>

Diakses pada 29/11/2020 : 13.30

[4] Nayoan, Aldwin. 2019. Apa itu ecommerce? Kenali semua jenis manfaatnya!

<https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/#:~:text=Electronic%20commerce%20atau%20ecommerce%20adalah,lebih%20sering%20terjadi%20melalui%20internet.&text=Istilah%20ecommerce%20digunakan%20untuk%20mendeskripsikan%20semua%20transaksi%20yang%20memakai%20media%20elektronik.>

Diakses pada 12/12/2020 : 20:19

[5] Hidayat, Anwar. 2017 Teknik Sampling Dalam Penelitian

https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html#Pengertian_Purposive_Sampling

Diakses pada 11/12/2020 : 14:00

[6] Prasetyo, Agung. 2016. Pengertian Penelitian Deskriptif Kualitatif

<https://www.linguistikid.com/2016/09/pengertian-penelitian-deskriptif-kualitatif.html>

Diakses pada 30/11/2020 : 19:23

[7] Dosen, Pertanian. 2018. Pengertian Tanaman Hias, Jenis, Manfaat dan Contohnya.

https://dosenpertanian.com/pengertian-tanaman-hias/#Pengertian_Tanaman_Hias

Diakses pada 29/11/2020 : 13.13

[8] BPS. 2018. Statistik Tanaman Hias Indonesia 2017

<https://www.bps.go.id/publication/2018/10/05/d1f1f00e73b215b4118fa9e0/statistik-tanaman-hias-indonesia-2017>

Diakses pada 29/11/2020 : 13.33

[9] Mukaromah, Vina Fadhotul. Tanaman Ini Laku Terjual dengan harga Rp.80 juta, apa istimewanya?

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/02/171500865/tanaman-ini-laku-terjual-dengan-harga-rp-80-juta-apa-istimewanya?page=all>

Diakses pada 12/12/2020 : 20:00

[10] Tika, Echa. Inilah fungsi tanaman hias bagi lingkungan

<https://ilmubudidaya.com/fungsi-budidaya-tanaman-hias-bagi-lingkungan>

Diakses pada 12/12/2020 : 20:10