

Analisis Perbandingan Keuntungan Penjualan Lidah Mertua (*Sansevieria sp.*) Dan Kembang Lembut di Kios Tanaman Hias Yanie Garden, Jakarta Barat

Annatasya Firandinni¹⁾, Bambang Kholiq Mutaqin²⁾*

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Sumedang

²Departemen Nutrisi Ternak dan Teknologi Pakan, Fakultas Peternakan, Universitas Padjadjaran, Sumedang 45363

*Email: kholiq@unpad.ac.id

Abstrak

Tanaman hias adalah tanaman yang memiliki nilai keindahan. Ada beberapa jenis tanaman hias seperti *Sansevieria sp* dan tanaman kembang lembut. Tanaman *Sansevieria sp*. banyak digemari bukan hanya untuk mempercantik ruangan. Tanaman ini juga mampu menyerap karbon monoksida, karbon dioksida, asap rokok dan gas beracun lainnya. Selain itu, ada Kembang lembut yang umumnya ukurannya kecil dan memiliki banyak jenisnya. Kembang lembut umumnya terdiri dari tanaman Taiwan beauty (*Cuphea hyssopifolia*), tanaman Puring (*Codiaeum variegatum*), tanaman Rombusa (*Tabernaemontana corymbosa*), Pucuk merah (*Syzygium myrtifolium*), dan lainnya. Kedua tanaman ini sangat diminati masyarakat sehingga memiliki nilai ekonomis. Nilai ekonomis tanaman hias tersebut dapat dijadikan peluang usaha yang bernilai tinggi. Menyadari hal tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai perbandingan keuntungan dari kedua jenis taman hias tersebut di kios tanaman hias Yanie Garden. Hal ini penting untuk mengetahui jenis tanaman hias manakah yang memiliki nilai ekonomis yang berbeda di Jios Tanaman Hias Yanie Garden. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui jenis tanaman mana yang lebih menguntungkan dari kedua jenis tanaman tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan cara survey melalui pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan narasumber. Hasil dari penelitian ini adalah kembang lembut menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibanding lidah mertua (*Sansevieria*).

Kata kunci: Analisis Usahatani, kembang lembut, *Sansevieria sp.*, tanaman hias, Yanie Garden

Comparative Analysis of Profits from Selling *Sansevieria sp.* and Tender Flowers at the Yanie Garden Ornamental Plant Shop, West Jakarta

Abstract

Ornamental plants are plants that have aesthetic value. There are several types of ornamental plants such as *Sansevieria sp* and Tender flower plants. *Sansevieria sp*. Many people like it not only to beautify the room. This plant is also able to absorb carbon monoxide, carbon dioxide, cigarette smoke and other toxic gases. Apart from that, there are tender flowers which are generally small in size and have many types. Tender flowers generally consist of Taiwan beauty plants (*Cuphea hyssopifolia*), Croton plants (*Codiaeum variegatum*), Rombusa plants (*Tabernaemontana corymbosa*), Red shoots (*Syzygium myrtifolium*), and others. These two plants are very popular with the public so they have economic value. The economic value of these ornamental plants can be used as a high-value business opportunity. Realizing this, research was carried out regarding the comparison of the benefits of the two types of ornamental gardens at the Yanie Garden ornamental plant shop. It is important to know which types of ornamental plants have different economic values in Jios Yanie Garden Ornamental Plants. The aim of this research is to find out which type of plant is more profitable than the two types of plants. The method used in this research is a descriptive qualitative research method by means of a survey through data collection through direct interviews with sources. The results of this research are that tender flowers produce greater profits than *Sansevieria sp*.

Keywords: Agribusiness, tender flowers, *Sansevieria sp.*, ornamental plants, Yanie Garden

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang mempunyai keanekaragaman hayati yang tak ternilai banyaknya, termasuk berbagai jenis floranya. Flora di wilayah Indonesia termasuk bagian flora dari Malesiana, jumlah ini diperkirakan memiliki sekitar 25% dari spesies tumbuhan berbunga yang ada di dunia dan menempati urutan negara terbesar ketujuh dengan jumlah spesies mencapai 20.000 spesies, 40% dari spesies-spesies tersebut merupakan tumbuhan endemik atau asli Indonesia. Dari jumlah tersebut, ada tanaman yang digolongkan sebagai florikultura. Diantaranya, tanaman berbunga dan tanaman hias yang masuk ke dalam sektor florikultura. Florikultura sendiri adalah cabang ilmu hortikultura yang mempelajari budidaya tanaman hias dan tanaman bunga (Mutaqin et al., 2021; Widyaningsih et al., 2014).

Perkembangan usaha tanaman hias di berbagai daerah di Indonesia telah menjadi sumber pendapatan pelaku usaha tanaman hias, sehingga turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Bangsa (Dawan, 2022; Ratnadewi et al., 2015; Supiani & Sinaini, 2020). Tanaman hias didefinisikan sebagai tanaman yang di tanam dalam pot atau tanaman untuk kebutuhan pertamanan maupun pekarangan. Tanaman hias merupakan komoditas agribisnis yang memiliki nilai ekonomis (Mutaqin et al., 2021). Tanaman hias tidak hanya menyasar kalangan atas, tetapi saat ini tanaman hias telah dibutuhkan oleh segala kalangan. Alasan dari pemenuhan kebutuhan tersebut bermacam-macam. Mulai dari untuk menghijaukan rumah, mempercantik toko atau kantor, sebagai pemanis dalam pembuatan video, bahkan untuk dikoleksi supaya menciptakan keasrian dan kenyamanan (Palupi et al., 2019). Tingginya permintaan akan tanaman hias, memberi prospek yang baik bagi masa depan bisnis tanaman hias. Perkembangan usaha tanaman hias di berbagai daerah di Indonesia telah menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting. Karena tidak hanya dilakukan atas dasar aktivitas hobi, melainkan dilakukan secara komersial yang mampu menggerakkan pertumbuhan industri barang dan jasa (Putri et al., 2024; Supiani & Sinaini, 2020).

Kembang lembut dan Lidah mertua merupakan dua tanaman yang diminati oleh konsumen. Kembang lembut adalah sebutan yang digunakan oleh pedagang tanaman hias untuk menyebut beberapa jenis tanaman yang umumnya memiliki harga yang sama dan ukuran yang kecil. Kembang lembut umumnya terdiri dari beberapa tanaman seperti, tanaman Taiwan beauty (*Cuphea hyssopifolia*), tanaman Puring (*Codiaeum variegatum*), tanaman Rombusa (*Tabernaemontana corymbosa*), Pucuk merah (*Syzygium myrtifolium*), dan lainnya.

Lidah mertua (*Sansevieria* sp.) adalah jenis tanaman yang memiliki bentuk seperti pedang panjang dan umumnya berwarna hijau dan kuning. Tanaman lidah mertua banyak digemari bukan hanya untuk mempercantik ruangan, tapi tanaman ini juga mampu menyerap karbon monoksida, karbon dioksida, asap rokok dan gas beracun lainnya. Lidah mertua adalah salah satu dari sekurangngnya 60 jenis herba rimpang, berdaun tegak, tersusun secara roseta serta tidak bertangkai (Faznur et al., 2020; Ratnadewi et al., 2015; Rosanti, 2017; Yuzzami et al., 2010). Selain harganya yang murah, tanaman ini memiliki nilai estetika yang baik saat dipadukan di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Selain itu, usaha tanaman hias di Indonesia sangat potensial melihat hamper diseluruh wilayah Indonesia memiliki keanekaragaman tanaman hias yang dapat dikembangkan, serta memiliki nilai ekonomis yang dapat dijadikan usaha yang berkelanjutan.

Melihat hal tersebut, maka dilakukanlah penelitian terhadap dua tanaman yang sering menjadi pilihan pelanggan, *Sansevieria* (Tanaman Lidah Mertua) dan kembang lembut sebagai bentuk analisis usaha tani. Penelitian dilakukan untuk membandingkan tanaman mana yang memiliki keuntungan yang lebih besar. Sehingga para penjual tanaman hias bisa memaksimalkan potensi dari tanaman hias tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilaksanakan metode penelitian yang dilaksanakan survey yang disajikan secara kualitatif deskriptif dari hasil pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara wawancara. Wawancara adalah proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu obyek. Wawancara juga dapat pula dipakai sebagai cara pengumpul data dengan cara tanya jawab sepihak yang dilakukan dengan sistematis dan berlandaskan tujuan yang ingin diperoleh. Penelitian dilaksanakan di kota Jakarta Barat. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan September sampai dengan Oktober 2021.

Data primer diambil dari wawancara kepada pemilik usaha tanaman hias yang memiliki dan merawat lahannya sendiri, mulai dari pembibitan hingga pemasaran. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan.

Analisis yang digunakan menggunakan perhitungan penjualan dari kedua jenis tanaman hias yaitu *Sansevieria* sp. dan Kembang Lembut berdasarkan harga yang sudah dipatok sebelumnya selama 1 tahun dimulai dari bulan September 2020 sampai bulan Agustus 2021. Data yang diperoleh selanjutnya dicari persamaan regresi pada grafik jumlah penjualan dengan tambahan nilai koefisien determinasi (R-square).

R Square adalah parameter penting dalam analisis statistik yang mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam data (Sugiyono, 2019). Pada konteks riset, memahami nilai R-Square memberikan wawasan tentang keandalan data yang dikumpulkan untuk mendukung keputusan. Perusahaan dapat memanfaatkan R Square untuk meningkatkan akurasi analisis dan mengoptimalkan strategi pemasaran (Nurchayani & Sigit, 2022). Parameter ini digunakan di berbagai bidang, termasuk: 1) Analisis risiko di bidang keuangan, 2) Marketing campaigns, 3) Penelitian ilmiah, 4) Ekonomi, 5) Analisis olahraga.

Interpretasi umum dari R Square adalah seberapa baik model regresi menjelaskan data observasi. Misalnya, jika R^2 sebesar 60%, itu berarti 60% variabilitas pada variabel target dijelaskan oleh model regresi. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar variabilitas yang dapat dijelaskan oleh model. Koefisien determinasi mengukur kontribusi variabel independen dalam model regresi untuk menjelaskan variasi pada variabel terikat. Nilai R Square (R^2) menunjukkan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai yang mendekati 1 menandakan kemampuan variabel independen memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2016). Nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33 (Chin, 1998; Kirschner, 2004; Perdian, 2017; Suhartono & Suhartono, 2023),

Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis dengan analisis korelasi dengan bantuan aplikasi curveExpert 1.4, aplikasi tersebut digunakan untuk memperoleh persamaan model terbaik untuk menggambarkan data penelitian. Persamaan model tersebut menampilkan standar error dan koefisien korelasi pada masing-masing data yang dianalisis. Data time series penjualan tanaman hias selama 12 bulan. Model persamaan terbaik dapat digunakan untuk memperoleh gambaran penjualan dua jenis tanaman hias.

HASIL DAN PEMBAHASAN

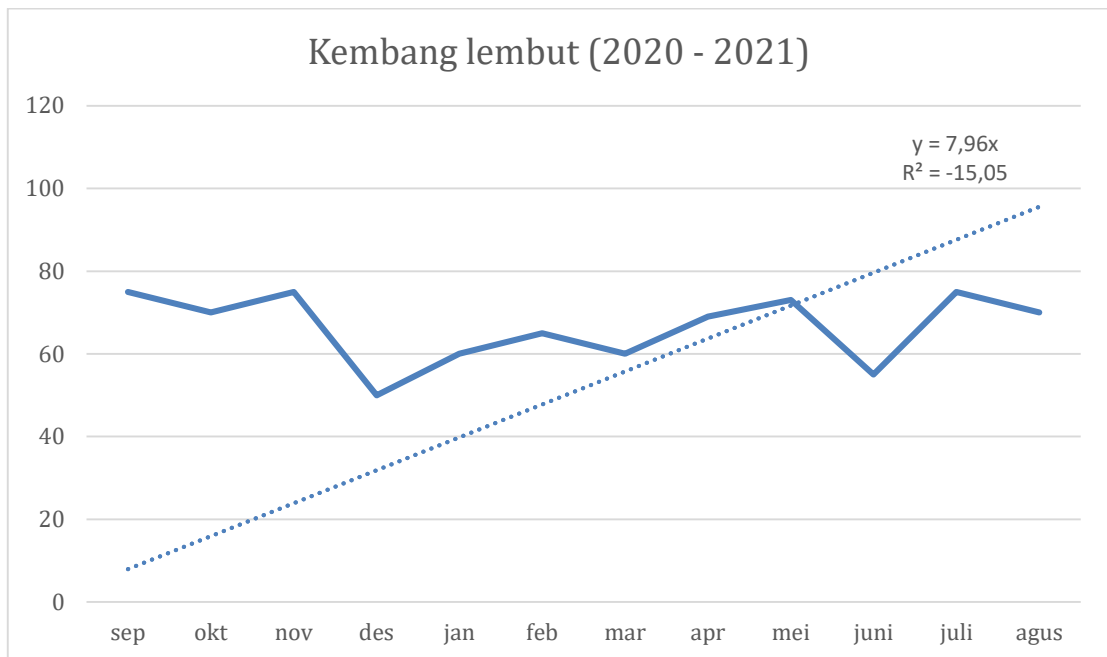
Usaha Tanaman Hias Yanie Garden berlokasi di Jakarta Barat. Usaha tanaman hias berupa bangunan kios perumahan. Kios Yanie Garden merupakan usaha keluarga yang dirintis awalnya atas dasar kesenangan akan tanaman hias. Usaha tanaman hias terbentuk karena permintaan dari warga sekitar yang merupakan konsumen sehingga usaha tanaman hias mulai berkembang. Adapun data penjualan tanaman hias untuk dua jenis tanaman hias yang dibandingkan 2 jenis saja tidak sampai jenis spesiesnya terhimpun dari tahun 2020 sampai 2021 beserta keuntungannya disajikan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Jumlah tanaman terjual dan keuntungan Kembang lembut (tiga jenis)

Jenis item	Jumlah penjualan per item												total
	2020				2021								
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
Kembang lembut	75	70	75	50	60	65	60	69	73	55	75	70	872
Penerimaan (Rp. -.000)	450	420	450	300	360	390	360	414	438	330	450	420	4.782

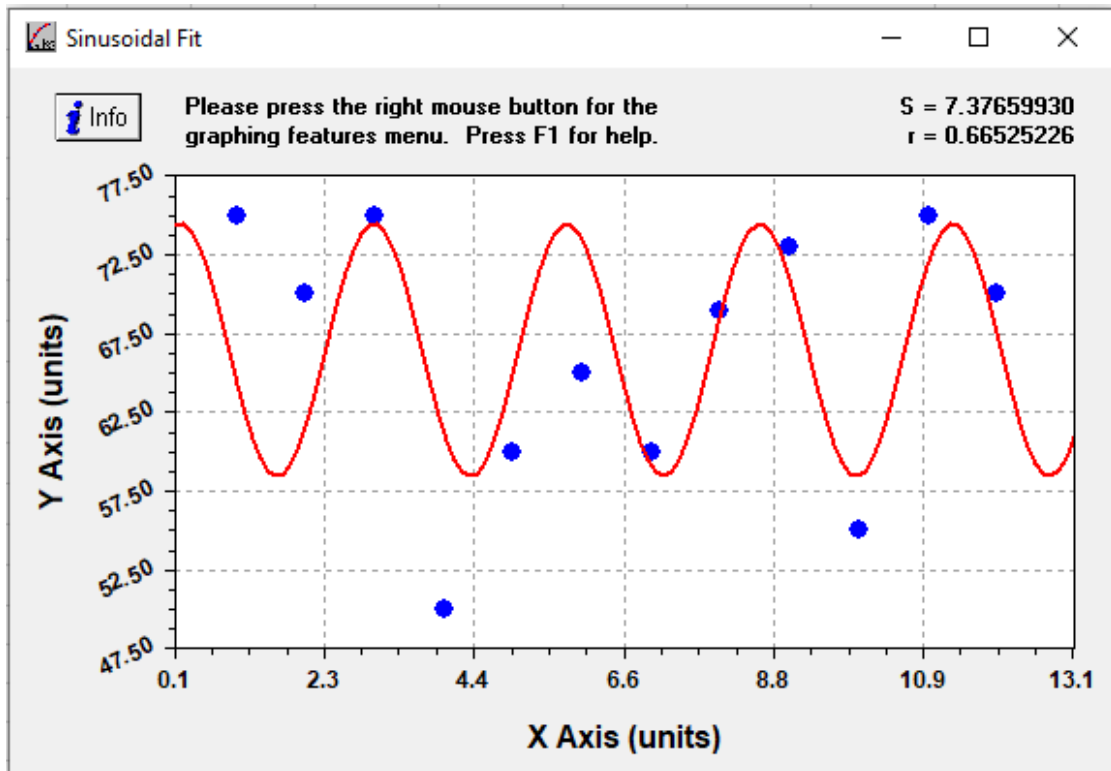
Sumber: Data Primer Yanie Garden, 2020-2021

Pada penjualan kembang lembut di kios Yanie Garden, harga modal yang dibutuhkan yaitu Rp. 4.000/polibag. Sedangkan, tanaman tersebut dibandrol dengan harga Rp. 10.000/polibag. Dari harga tersebut terdapat selisih harga Rp. 6.000/polibag. Biaya operasional untuk kembang lembut yaitu sekitar Rp. 20.000/bulan, sehingga biaya operasional untuk 1 tahun sekitar Rp. 240.000/ tahun untuk sekitar 1.000 polibag untuk jenis kembang lembut. Biaya operasional tersebut mencakup biaya transportasi untuk pembelian kembang lembut. Sedangkan untuk biaya perawatan dan penyimpanan sebagai biaya oprasional. Sehingga keuntungan yang didapat dari penjualan kembang lembut pertahun sekitar Rp. 4.782.000 – Rp.240.000 = Rp. 4.542.000. Nilai keuntungan tersebut bila diambil rata-rata per tanaman yaitu Rp.5.209.



Gambar 1. Pola grafik penjualan tanaman hias Kembang Lembut

Pada Gambar 1, menunjukkan pola grafik yang fluktuatif dari segi penjualan tanaman hias dengan koefisien determinasi (R-Square) 0,7667. Nilai R-Square tersebut 76,67%, itu berarti lebih dari 60%, dimana itu menunjukkan 76,67% variabilitas pada variabel target dijelaskan oleh model regresi. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar variabilitas yang dapat dijelaskan oleh model tersebut dengan nilai $y=7,96x$. Variabel x merupakan tingkat jumlah penjualan tanaman hias. Dimana persamaan tersebut bisa digunakan untuk memprediksi jumlah penjualan diwaktu yang akan datang pada bulan-bulan berikutnya. Nilai variabel x positif menunjukkan potensi peningkatan dari waktu ke waktu. Selain itu, jika nilai R-Square lebih dari 0,67 itu menunjukkan kategori R-Square kuat (Chin, 1998).



Gambar 2. Hasil analisis model terbaik pola penjualan tanaman Hias Kembang Lembut

Berdasarkan hasil analisis model dengan aplikasi curveExpert untuk penjualan Tanaman kembang lembut memiliki pola *Sinusoidal Fit Model*. Grafik tersebut menunjukkan naik dan turun setiap waktu pada bulan tertentu. Pola model tersebut kecenderungan stabil dari aspek pemasaran tanaman hias walaupun kondisi penjualan naik dan turun.

Ketika secara langsung pun dari hasil penjualan tanaman hias setiap bulan memang menunjukkan jumlah penjualan yang terkadang banyak dan pada bulan berikutnya berkurang, bulan berikutnya bertambah kembali. Sesuatu hal yang wajar ketika model persamaan penjualan tanaman hias terkategori pola *Sinusoidal Fit Model*, dimana pola fluktuatif yang terjadi pada aspek penjualan tanaman hias.

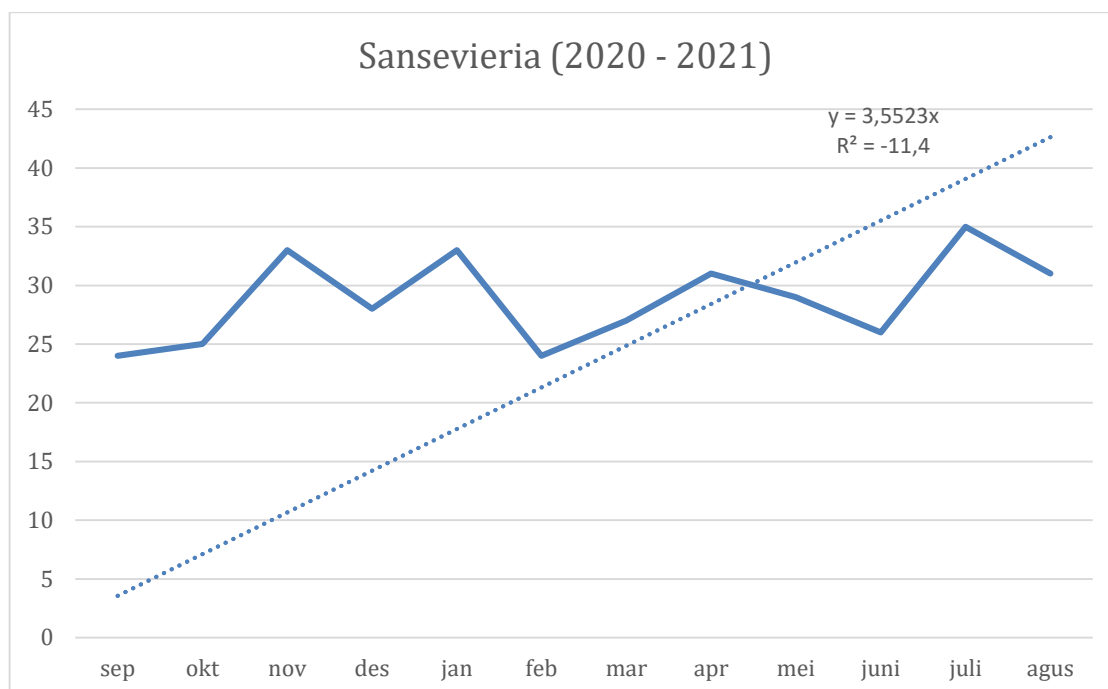
Tabel 2. Jumlah tanaman terjual dan keuntungan *Sansevieria sp* (Lidah mertua)

Jenis item	Jumlah penjualan per item												total
	2020				2021								
	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
<i>Sansevieria</i>	24	25	33	28	33	24	27	31	29	26	35	31	491
Penerimaan (Rp. -.000)	240	250	330	280	330	240	270	310	290	260	350	310	3.460

Sumber: Data Primer Yanie Garden, 2020-2021

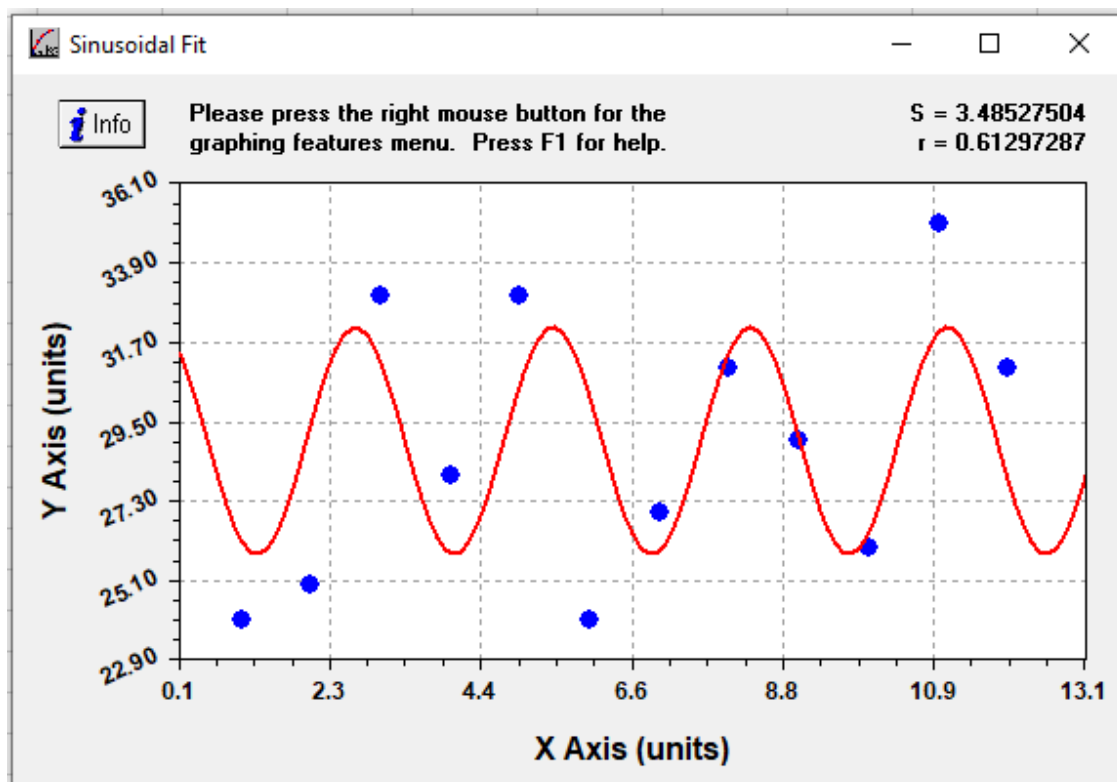
Sedangkan, Pada penjualan satu jenis Lidah mertua di kios Yanie Garden, harga modal yang dibutuhkan yaitu Rp. 5.000/bonggol. Sedangkan, tanaman tersebut dibandrol dengan harga Rp. 15.000/bonggol. Dari harga tersebut terdapat selisih harga Rp. 10.000/polibag. Biaya operasional untuk *Sansevieria* (Lidah mertua) yaitu sekitar Rp. 35.000/bulan, sehingga biaya operasional untuk 1 tahun sekitar Rp. 420.000/ tahun. Biaya operasional tersebut mencakup biaya transportasi, media tanam, perawatan, dan polibag. Sehingga keuntungan yang

didapat dari penjualan lidah mertua pertahun sekitar Rp. 3.460.000 – Rp.420.000 = Rp. 3.040.000. Nilai tersebut bila diambil rata-rata per tanaman yaitu Rp.6.191.



Gambar 3. Pola grafik penjualan tanaman hias *Sansevieria*

Pada Gambar 3, menunjukkan pola grafik yang hampir sama dengan penjualan tanaman kembang lembut yaitu fluktuatif dari segi penjualan tanaman hias dengan koefisien determinasi (R-Square) 0,8095. Nilai R-Square tersebut 80,95%, itu berarti lebih dari 60%, dimana itu menunjukkan 80,95% variabilitas pada variabel target dijelaskan oleh model regresi. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar variabilitas yang dapat dijelaskan oleh model tersebut dengan nilai $y=3,5523x$. Variabel x merupakan tingkat jumlah penjualan tanaman hias. Dimana persamaan tersebut bisa digunakan untuk memprediksi jumlah penjualan diwaktu yang akan datang pada bulan-bulan berikutnya. Nilai variabel x positif menunjukkan potensi peningkatan dari waktu ke waktu. Jika nilai R-Square lebih dari 0,67 itu menunjukkan kategori R-Square kuat (Chin, 1998). Hasil tersebut bila dibandingkan dengan R-Square penjualan tanaman hias Kembang lembut lebih tinggi.



Gambar 4. Hasil analisis model terbaik pola penjualan tanaman Hias Kembang Lembut

Berdasarkan Gambar 4 hasil analisis model dengan aplikasi curveExpert untuk penjualan tanaman hias *Sansevieria* memiliki pola yang sama yaitu *Sinusoidal Fit Model*. Grafik tersebut menunjukkan naik dan turun setiap waktu pada bulan tertentu. Pola model tersebut kecenderungan stabil dari aspek pemasaran tanaman hias walaupun kondisi penjualan naik dan turun.

Ketika secara langsung pun dari hasil penjualan tanaman hias setiap bulan memang menunjukkan jumlah penjualan yang terkadang banyak dan pada bulan berikutnya berkurang, bulan berikutnya bertambah kembali. Sesuatu hal yang wajar ketika model persamaan penjualan tanaman hias terkategori pola *Sinusoidal Fit Model*, dimana keadaan ini memiliki pola fluktuatif yang terjadi pada aspek penjualan tanaman hias. Kedua jumlah penjualan tanaman hias menunjukkan hasil yang relative sama, hanya saja berbeda dari jumlah penjualan untuk masing-masing tanaman hias. Selain itu, tentu ada perbedaan dari segi keuntungan untuk masing-masing tanaman hias.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kembang lembut memiliki penjualan yang lebih tinggi karena harganya yang murah. Selain itu, kembang lembut banyak digunakan untuk proyek pembuatan taman, baik untuk perumahan, perkantoran, dan lingkungan sekolah. Hal tersebut membuat kembang lembut menjadi tanaman yang banyak dicari baik dalam skala kecil maupun skala yang lebih besar. Sedangkan *Sansevieria*, mayoritas dijadikan tanaman dalam ruangan untuk menambah estetika ruangan dan sebagai pembersih udara dalam ruangan. Sehingga faktor pembelian terhadap tanaman tersebut terbatas.

Adapun perbandingan keuntungan dari penjualan tanaman hias Kembang lembut dengan Lidah mertua memiliki korelasi yang lemah yaitu 0,25 masuk kisaran 0,20 sampai 0,39 (korelasinya lemah). Sehingga dari segi keuntungan hasil penjualan masing-masing tanaman hias korelasinya lemah, hal tersebut tidak ada

kaitannya jumlah banyaknya tanaman hias masing-masing yang terjual. Kondisi yang terjadi bisa karena konsumen yang membeli tanaman hias kembang lembut dengan perbandingan pembelian tanaman hias lidah mertua tersebut, akan tetapi memiliki tingkat keuntungan yang berbeda bila dihitung keuntungan per satuan tanaman. Tanaman hias *Sansevieria* (Lidah mertua) lebih menguntungkan dari segi penjualan satuan dibandingkan dengan tanaman hias kembang lembut.



(a)



(b)



(c)

Gambar 5. (a) Taiwan Beauty (*Cuphea hyssopifolia*), (b) Tanaman puring (*Codiaeum variegatum*), (c) Sukulen (*Crassula ovata*)

Pada Gambar 5, memberikan gambaran bahwa tanaman kembang lembut seperti Puring, Taiwan Beauty, dan sekulen ukurannya relative lebih kecil. Dimana penanamannya pun menggunakan pot atau polybag ukuran kecil. Walaupun dari segi dimensi ukurannya kecil itu memberikan keuntungan dalam aspek penanganan atau membawa tanaman tersebut oleh konsumen.

Disisi lain untuk tanaman hias *Sansevieria sp.* memiliki dimensi atau ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan kembang lembut, dimana ukuran untuk

tanaman hias *Sansevieria sp.* lebih seragam dan di kios jumlah tanaman hias *Sansevieria sp.* Hanya satu jenis, sehingga kurang variatif untuk pemilihan oleh konsumen.



Gambar 2. Tanaman Lidah Mertua

Konsumen sering menanam tanaman Lidah Mertua untuk memperindah halaman rumahnya. Hal ini menjadi faktor penting dalam penjualan jenis tanaman hias dengan menentukan target pasar. Target pasar ketika sudah ditetapkan, maka penjual tanaman hias tinggal melakukan pemasaran dengan berbagai metode pemasaran yang efektif dan efisien. Salah satu bentuk media pemasaran dengan menggunakan media digital seperti media online Instagram, facebook, atau tiktok (Arya et al., 2022; Ayesha et al., 2022; Firamadhina & Krisnani, 2021; Novita et al., 2023; Priatama et al., 2021)

Penggunaan *digital marketing* memperlihatkan adanya kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya, dan mempercepat proses transaksi. Proses administrasi jual beli dilakukan secara online, sehingga akan sangat membantu kedua pihak dalam menyelesaikan proses penjualan dan pembelian. Kenyataan yang sedang berkembang saat ini adalah internet dijadikan sebagai sarana utama para pelaku usaha untuk menjual dan mempromosikan produk mereka. Sifatnya yang mudah menjadikan internet sebagai media yang mampu menjawab tantangan atau kendala bisnis, seperti wilayah geografis, promosi, target pemasaran, proses administrasi pembelian dan penjualan. Jenis bunga yang ditawarkan oleh para pedagang dimasukkan ke dalam website (Amir et al., 2019).

Konten dari website tersebut juga mencantumkan foto jenis bunga sekaligus harga, selain itu terdapat nomor pedagang maupun media lainnya yang dapat dihubungi oleh pembeli (Amir et al., 2019). Hal tersebut akan memudahkan konsumen memilih tanaman hias yang ditawarkan sekaligus melihat list harga tanaman hias yang dipajang pada media sosial tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penjualan tanaman yang lebih menguntungkan adalah kembang lembut dibanding lidah mertua. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah harga jual, biaya operasional, dan minat atau preferensi konsumen di kios tanaman hias Yanie Garden, Jakarta Barat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, usaha Bunga Hias khususnya di kios tanaman hias Yanie Garden Jakarta Barat menguntungkan, bahkan bisa lebih dikembangkan dari aspek jenis tanaman hias supaya diminati dan disukai konsumen karena harga yang cukup terjangkau, selain itu untuk riset lebih lanjut perlu dilakukan kajian mengenai saluran pemasaran dan alternatif strategi pemasaran untuk tanaman hias ataupun tanaman yang memiliki nilai kegunaan bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, N. O., Mustikawati, D., & Malang, U. M. (2019). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga Di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Pertanian, Jurnal Ekonomi Agribisnis Dan Pertanian*, 3, 681–688. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.04.3>
- Arya, S. M., Wahid, R., & Purnamasari, E. D. (2022). Pemasarasan Melalui Media Sosial di TikTok: Apakah Waktu dan Tipe Konten Memengaruhi Tingkat Keviralan? *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 17–34. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4439>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL_MARKETING.pdf
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research.
- Dawan, D. A. (2022). Journal homepage: <http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komastie>. *Journal Koperasi Dan Manajemen*, 03(April).
- Faznur, L. S., Wicaksono, D., & Anjani, R. (2020). Inovasi Tanaman Sansevieria (lidah mertua) Sebagai Sirkulasi Udara Alami di Lingkungan kampung Bulak Cinangka. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–10.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku generasi z terhadap penggunaan media sosial tiktok: tiktok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kirschner, J. (2004). *New sections in. Tzvelev 1987*, 259–274. [https://doi.org/10.1016/S0022-0302\(15\)30021-7](https://doi.org/10.1016/S0022-0302(15)30021-7)
- Mutaqin, B. K., Zaki, M. J., & Firandinni, A. (2021). *Galeri Agribisnis Indonesia*. Fapet Unpad.
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Nurchayani, V. D., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Keterlibatan Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Skincare MS Glow Beauty. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(06), 201–212. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Palupi, T. I., Prasetyo, E., & Mukson, M. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Melati (Jasminum sambac) Di Kabupaten Batang Provinsi Jawa Tengah. *SOCA: Jurnal Sosial, Ekonomi Pertanian*, 13(3), 396. <https://doi.org/10.24843/soca.2019.v13.i03.p09>
- Perdian, A. (2017). Model Partisipasi Kontraktor Skala Kecil Dalam Pelelangan. *Jurnal Media Teknik Sipil*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.22219/jmts.v15i1.4488>
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis teknik digital marketing pada aplikasi tiktok (studi kasus akun tiktok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Putri, V., Marlein, S., & Song, N. (2024). *Inventaris Jenis Tanaman Lidah Mertua (Sansevieria sp) di Desa Ongkaw Kecamatan Sinonsa yang Kabupaten Minahasa Selatan Provinsi Sulawesi Utara a Program*. 13(1), 29–31.
- Ratnadewi, D., Izzati, A. N. H., & Tjahjoleksono, A. (2015). Pertumbuhan Planlet Lidah Mertua (Sansevieria sp.) Blue Leaf dari Kultur Kalus. *Jurnal Sumberdaya Hayati*, 1(1), 15–18. <https://doi.org/10.29244/jsdh.1.1.15-18>
- Rosanti, D. (2017). Keanekaragaman Morfologi Daun Sansevieria. *Sainmatika*, 14(2), 67–71.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Suhartono, B. R., & Suhartono, D. K. (2023). Analisis Hubungan Persentase Kendaraan Berat Terhadap Kebisingan di Jalan Tol Padaleunyi. 10(2), 348–354.
- Supiani, S., & Sinaini, L. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus UD. Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.33603/jpa.v3i1.3634>
- Widyaningsih, N., Marwanti, S., & Awani, S. N. (2014). Analisis usaha rangkaian bunga (Studi Kasus Pada Florist Kalisari Semarang). *Mediagro*, 10(1), 31–41.
- Yuzzami, W. J., S, H., T, H., Sugiarti, S, M., T, T., IP, A., & Sudarmono, W. H. (2010). Ensiklopedia Flora Jilid I. In *Ensiklopedia Flora Jilid I*. PT Kharisma Ilmu.