

## **Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery**

**Dita Megasari<sup>1\*</sup>, Syaiful Khoiri<sup>2</sup>, Anwar Zamroni<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan  
Nasional “Veteran” Jawa Timur

<sup>2</sup> Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo  
Madura

<sup>3</sup> Mekar Jaya Nursery, Trenggalek

\*Email korespondensi: dita.megasari.agrotek@upnjatim.ac.id

---

### **Abstract**

*Mekar Jaya Nursery is a business player selling ornamental plants that have been established since 2007. Sales turnover of Mekar Jaya Nursery at the beginning of the Covid-19 pandemic (April-June 2020) experienced a significant decline. Government regulations that require working from home (work from home) increase public interest in using home gardens to become home gardening. Ornamental plants are one of the targets of the community to be cultivated. This trend increases the demand for ornamental plants. Mekar Jaya Nursery responded to this emerging potential by changing its marketing strategy. Some of the problems were analyzed using fishbone and the AKPL method (Actual, Problematic, Audience, and Eligible). Several solutions were applied to overcome the difficulties, including opening new branches, adding delivery and COD (Cash on Delivery) services, adding ornamental plants, and pricing based on the category of goods. The dynamic ornamental plant business must be responded to quickly and precisely through changes in business plans and business roadmaps. This can be a concern of the government and the associations that are joined to continue to be able to maintain the trend and the ornamental plant market.*

*Keywords: agribusiness, marketing strategy, ornamental plant.*

### **Abstrak**

*Mekar Jaya Nursery merupakan pelaku usaha penjualan tanaman hias yang telah berdiri sejak tahun 2007. Omset penjualan Mekar Jaya Nursery di awal pandemi Covid-19 (April-Juni 2020) mengalami penurunan yang signifikan. Aturan pemerintah yang mewajibkan bekerja dari rumah (work from home) meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan pekarangan rumah menjadi home gardening. Tanaman hias menjadi salah satu incaran masyarakat untuk dibudidayakan. Tren ini meningkatkan permintaan tanaman hias. Potensi yang muncul ini direspon dengan cepat oleh Mekar Jaya Nursery melalui perubahan strategi pemasaran. Beberapa permasalahan yang terjadi di analisis menggunakan fishbone dan metode AKPL (Aktual, Problematik, Khalayak, dan Layak). Beberapa solusi yang diterapkan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi, diantaranya membuka cabang baru, menambah layanan pesan antar dan COD (Cash on Delivery), penambahan jenis tanaman hias, penetapan harga yang didasarkan pada kategori barang. Bisnis tanaman hias yang bersifat dinamis harus direspon dengan cepat dan tepat melalui perubahan rencana usaha dan peta jalan usaha. Hal ini bisa*

*menjadi perhatian pemerintah dan asosiasi yang tergabung agar dapat terus dapat mempertahankan tren dan pasar tanaman hias.*

*Kata Kunci: agribisnis, strategi pemasaran, tanaman hias.*

## **Latar Belakang**

Pandemi Covid-19 di Indonesia yang terjadi sejak bulan Maret 2020 berdampak pada berbagai sektor, baik sektor kesehatan, sektor pendidikan, sektor pariwisata, dan sektor perekonomian. Pembatasan pergerakan orang dan barang sangat berpengaruh terhadap aktivitas bisnis. Berdasarkan data BPS, laju pertumbuhan ekonomi Indonesia minus 5,32 persen pada kuartal II tahun 2020 efek dari adanya pandemi Covid-19 di Indonesia pada kuartal I<sup>1</sup>. Di awal pandemi, sebagian besar UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mengalami penurunan pendapatan. Hasil survei Asian Development Bank menunjukkan bahwa sebanyak 48,6 persen dari total 30 juta UMKM di Indonesia menutup usahanya sementara waktu<sup>2</sup>.

Salah satu UMKM yang bergerak pada bisnis hortikultura di kota Ponorogo adalah Mekar Jaya Nursery. Hortikultura merupakan bagian dari pertanian yang terdiri dari buah-buahan, sayur-sayuran, dan tanaman hias. Mekar Jaya Nursery merupakan salah satu pelaku usaha penjualan tanaman hias yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta kompleks pasar bunga kios nomor 16. Mekar Jaya Nursery telah berdiri sejak tahun 2007 dan sudah dikenal di kota Ponorogo. Mekar Jaya Nursery awalnya hanya menjual tanaman hias yang diambil dari tengkulak, namun seiring berjalannya waktu pelaku usaha ini juga merambah penjualan pada beberapa unit usaha lainnya, diantaranya penjualan sarana produksi (pot, media tanam, rak, dan lain-lain), *seedler* (penghasil benih dan bibit bunga dan buah), *grower* (membesarkan), dan rental tanaman hias. Mekar Jaya Nursery juga memiliki lahan pembibitan dan perbanyakan tanaman hias yang terletak di Desa Parakan RT 14 RW 5 Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek. Luas lahan pembibitan ini berkisar 1000 m<sup>2</sup>. Mekar Jaya Nursery memiliki 4 orang karyawan yang membantu pemilik menjalankan usahanya.

---

<sup>1</sup> BPS. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*.

<sup>2</sup> Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1-9.

Aturan pemerintah yang mewajibkan bekerja dari rumah (*work from home*) meningkatkan minat masyarakat untuk memanfaatkan pekarangan rumah menjadi *home gardening*. Tanaman hias menjadi salah satu incaran masyarakat untuk dibudidayakan. Kegiatan menanam tanaman hias menjadi salah satu kegiatan yang dapat mengurangi kejenuhan dan menentramkan jiwa<sup>3</sup>. Tanaman hias memiliki aneka warna, bentuk, dan jenis yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Beberapa jenis tanaman hias yang banyak ditanam masyarakat adalah golongan aglaonema, anthurium, monstera, philodendron, dan lain-lain. Munculnya *home gardening* membuat permintaan tanaman hias sangat tinggi, hingga melebihi permintaan tertinggi tanaman hias sebelum pandemi Covid-19<sup>45</sup>.

Munculnya kegiatan *home gardening* meningkatkan omset penjualan tanaman hias di Mekar Jaya Nursery yang sebelumnya sempat mengalami penurunan signifikan pada triwulan pertama tahun 2020. Penurunan omset ini membuat pemilik Mekar Jaya Nursery harus merumahkan dua orang pekerjanya karena sudah tidak mampu membayar gajinya. Meningkatnya permintaan tanaman hias meningkatkan kembali omset penjualan, namun pemilik belum mempekerjakan kembali karyawan yang dirumahkan, mengingat kondisi perekonomian yang belum stabil dan muncul beberapa permasalahan lain. Pemilik Mekar Jaya Nursery kemudian bekerjasama dengan dosen pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan Universitas Trunojoyo Madura, memanfaatkan momentum *home gardening* untuk terus mempertahankan usaha yang sudah dijalankan selama pandemi Covid-19.

### **Deskripsi Kegiatan/Intervensi**

Praktik baik ini dilakukan pada bulan Januari hingga Desember 2020. Di awal bulan Januari hingga Maret 2020 dilakukan pembukuan dan pencatatan

---

<sup>3</sup> Elisabeth, A. (2021). Ini Alasan Tren Tanaman Hias Meningkat di Tengah Covid-19. *economy.okezone.com*. <https://economy.okezone.com/read/2021/05/21/455/2413497/ini-alasan-tren-tanaman-hias-meningkat-di-tengah-covid-19>

<sup>4</sup> Lizza Arnofia. (2020). Banyak Orang Menanam Bunga saat Pandemi, Omset Pedagang Naik 70%. *Blokbojonegoro.Com*. <http://blokbojonegoro.com/2020/11/02/banyak-orang-menanam-bunga-saat-pandemi-omset-pedagang-naik-70/>

<sup>5</sup> Masruroh. (2020). Di Surabaya Harga Janda Bolong Mulai Rp 85 Ribu Sampai Rp 15 Juta Per Daun. *Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/di-surabaya-harga-janda-bolong-mulai-rp-85-ribu-sampai-rp-15-juta-per-daun-1uNPF03AiGR/full>

usaha yang digunakan sebagai data keuangan awal Mekar Jaya Nursery. Data ini kemudian menjadi data keuangan awal sebelum pandemi Covid-19 ditetapkan sebagai bencana nasional yang diumumkan pada tanggal 13 April 2020 oleh Presiden. Pembukuan dan pencatatan usaha ini tetap dilakukan selama bulan April hingga Desember 2020. Data ini kemudian menjadi data keuangan pada saat periode pandemi Covid-19 yang digunakan untuk melihat pengaruh pemasaran tanaman hias selama pandemi Covid-19.

Pelaksanaan praktik baik dilakukan di lahan pembibitan dan perbanyakan tanaman hias Mekar Jaya Nursery yang terletak di Desa Parakan, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Cakupan lokasi usaha Mekar Jaya Nursery meliputi: Kabupaten Trenggalek sebagai lokasi nursery, Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Tuban sebagai lokasi pemasaran, dan beberapa Kabupaten/Kota di Jawa Timur sebagai lokasi penjualan (lokasi konsumen/pelanggan).

Meningkatnya permintaan tanaman hias diiringi dengan meningkatnya persaingan. Hal ini menjadi masalah lain yang muncul di tengah meningkatnya permintaan tanaman hias selama pandemi Covid-19 di tahun 2020. Praktik baik dilakukan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan Mekar Jaya Nursery. Permasalahan-permasalahan yang mengakibatkan rendahnya omset penjualan di awal tahun dan permasalahan-permasalahan yang terjadi selama menjalankan usaha juga diuraikan secara detail untuk mencari solusi dan menerapkan solusi yang dapat dipilih berdasarkan kemampuan Mekar Jaya Nursery.

### **Inovasi/Metode Baru yang Digunakan**

Penguraian permasalahan diuraikan dalam analisis tulang ikan (*fishbone*) yang dikemukakan oleh Azakawa et al. (2004)<sup>6</sup> dan telah diterapkan oleh Dewi et al. (2015)<sup>7</sup>. Permasalahan-permasalahan yang telah diidentifikasi sebagai penyebab rendahnya omset Mekar Jaya Nursery dianalisis menggunakan metode APKL

---

<sup>6</sup> Akazawa, Y., Watanabe, S., Nobukiyo, S., Iwatake, H., Seki, Y., Umehara, T., Tsutsumi, K., & Koizuka, I. (2004). The management of possible fishbone ingestion. *Auris Nasus Larynx*, 31(4), 413–416.

<sup>7</sup> Dewi, C., Mursalim, & Palmarudi, M. (2015). Permasalahan sistem agribisnis dan strategi memperbaiki daya saing komoditi markisa di Kabupaten Gowa. *J. Sains & Teknologi*, 15(1), 84–90.

(Aktual, Problematik, Khalayak, dan Layak) dengan skala penilaian 1-5. Nilai analisis APKL tertinggi merupakan permasalahan yang diprioritaskan untuk diselesaikan. Tahapan penyelesaian permasalahan dilakukan berdasarkan nilai penting masalah dan kemampuan pemilik Mekar Jaya Nursery.

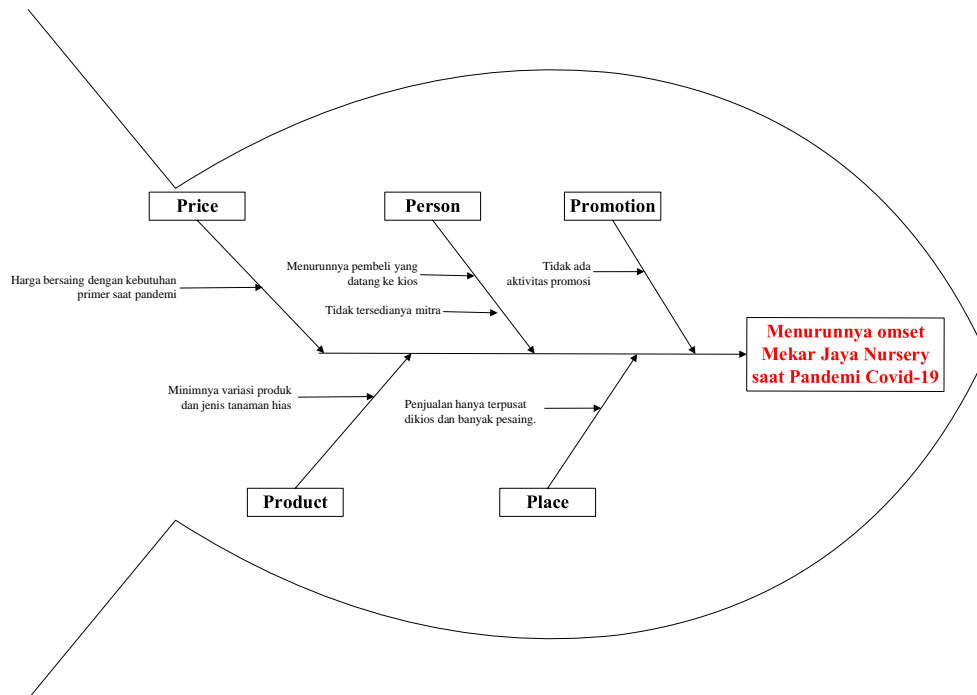
## **Hasil dan Pembahasan**

### **Analisis Masalah Mekar Jaya Nursery saat Pandemi Covid-19**

Berdasarkan analisis sebab-akibat menggunakan diagram tulang ikan (*fishbone*), dapat digambarkan bahwa permasalahan yang menjadi penyebab menurunnya omset Mekar Jaya Nursery saat pandemi Covid-19 (Gambar 1) yaitu:

- a. Harga bersaing dengan kebutuhan primer saat pandemi;
- b. Menurunnya pembeli yang datang ke kios;
- c. Tidak tersedianya mitra;
- d. Tidak ada aktivitas promosi;
- e. Minimnya variasi produk dan jenis tanaman hias;
- f. Penjualan hanya terpusat di kios dan banyak pesaing yang serupa.

Permasalahan-permasalahan yang telah dipetakan selanjutnya dianalisis menggunakan metode APKL (Aktual, Problematik, Kekhalayakan, dan Layak). Hasil analisis permasalahan berdasarkan kriteria APKL tersaji pada Tabel 1.



**Gambar 1. Diagram tulang ikan (*fishbone*) sebab menurunnya omset Mekar Jaya Nursery saat pandemi Covid-19**

**Tabel 1.**  
**Hasil analisis prioritas masalah menggunakan teknik AKPL.**

No.	Permasalahan	Faktor*				Nilai APKL	Keterangan
		A	P	K	L		
1.	Harga bersaing dengan kebutuhan primer saat pandemi;	5	5	4	3	17	Prioritas
2.	Menurunnya pembeli yang datang ke kios;	1	3	4	3	14	Tidak prioritas
3.	Tidak tersedianya mitra;	3	1	1	3	8	Tidak prioritas
4.	Minimnya variasi produk dan jenis tanaman hias;	5	5	4	4	18	Prioritas
5.	Penjualan hanya terpusat di kios dan banyak pesaing yang serupa.	5	5	5	5	20	Prioritas

Keterangan: \*skala APKL adalah 1-5

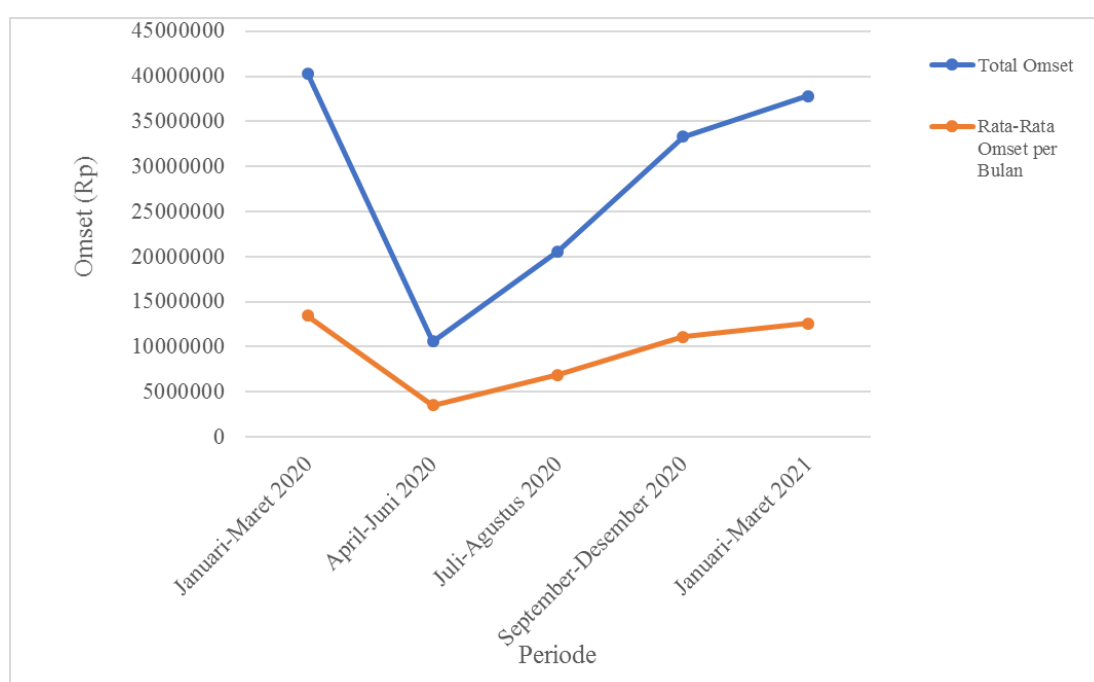
Berdasarkan nilai APKL menunjukkan bahwa prioritas permasalahan secara berurutan diselesaikan adalah: 1) penjualan yang hanya terpusat di kios dan banyak pesaing yang serupa; 2) Minimnya variasi produk dan jenis tanaman hias; 3) harga bersaing dengan kebutuhan primer saat pandemi. Berikut ini merupakan rincian penilaian APKL dari setiap permasalahan prioritas:

1. *Penjualan yang hanya terpusat di kios dan banyak pesaing serupa.* Permasalahan ini merupakan permasalahan yang memiliki nilai aktualitas, problematika, kekhlayakan, dan kelayakan dengan skor maksimal karena selain pesaing tetap banyak pula pedagang-pedagang musiman yang muncul saat pandemi yang sangat berpengaruh terhadap omset.
2. *Minimnya variasi produk dan jenis tanaman hias.* Permasalahan ini memiliki nilai aktualitas dan problematika maksimal karena saat berkecambah menjadi tren baru di masa Pandemi produk-produk yang menjadi tren terbaru muncul, akibatnya variasi produk dan jenis tanaman hias menjadi kunci.
3. *Harga bersaing dengan kebutuhan primer saat pandemi.* Permasalahan ini juga memiliki nilai aktualitas dan problematika maksimal karena saat pandemi, belanja barang menjadi sangat dipertimbangkan mengingat periode pandemi yang tidak diketahui. Namun, nilai kelayakan lebih kecil dibandingkan permasalahan variasi produk karena faktor ini dipengaruhi oleh faktor luar (faktor konsumen).

### **Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Usaha Mekar Jaya Nursery**

Omset penjualan Mekar Jaya Nursery di awal pandemi Covid-19 mengalami penurunan yang signifikan (Gambar 2). Perbedaan omzet sebelum dan saat awal pandemi Covid-19 berdasarkan catatan pembukuan dan pencatatan usaha ini dilihat dari omset tiga bulan sebelum pandemi (Januari-Maret 2020) dan tiga bulan awal pandemi Covid-19 (April-Juni 2020). Penurunan omset penjualan yang signifikan mencapai 73% dari semula rata-rata Rp 13.437.000 menjadi Rp 3.524.000,- (Gambar 1).

Kondisi usaha di awal pandemi memang sangat berdampak secara signifikan. Beberapa laporan menunjukkan hasil yang sama pada beberapa usaha saat Pandemi terutama UMKM-UMKM, seperti UMKM buket bunga<sup>8,9</sup>. Dampak adanya penurunan pendapatan menyebabkan pelaku usaha perlu beradaptasi dengan keadaan di lapangan. Beberapa strategi yang dilakukan pemilik usaha diantaranya: strategi pembauran metode pemasaran, perubahan saluran penjualan menggunakan e-commerce, menjalin hubungan baik dengan konsumen atau menjalin hubungan pemasaran pelanggan, dan lain-lain<sup>10</sup>.



**Gambar 2. Fluktuasi Omset Mekar Jaya Nursery Sebelum Pandemi (Januari-Maret 2020) dan Saat Pandemi Covid-19**

Peluang baru muncul saat anjuran “dirumah saja” dan bekerja dari rumah diterapkan. Munculnya peluang ini disebabkan karena munculnya hobi baru

<sup>8</sup> Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.

<sup>9</sup> Petri, M. M., Majid, N., & Addiarrahman, A. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi COVID-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

<sup>10</sup> Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.



masyarakat yaitu bertani dirumah (*home gardening*)<sup>11</sup> (Simbolon et al., 2021). *Home gardening* menjadi tren dan menyebabkan beberapa tanaman hias menjadi *booming*, seperti: janda bolong, monstera, dan keladi-keladian<sup>12</sup> (Elisabeth, 2021). Berdasarkan data penjualan Mekar Jaya Nursery ketiga kelompok bunga tersebut yang paling diminati. Namun, pada kondisi ini muncul masalah baru dalam usaha tanaman hias, yakni maraknya penjual bunga musiman di pinggir jalan dan penjual bunga keliling. Akibatnya, meskipun beberapa bunga sedang *booming*, namun omset tidak naik secara signifikan (Gambar 2).

### **Solusi yang diterapkan Mekar Jaya Nursery**

Solusi yang diterapkan mengacu pada permasalahan prioritas yang berdampak pada usaha<sup>13</sup>. Adapun solusi yang diterapkan dalam menghadapi permasalahan usaha di Mekar Jaya Nursery tersaji pada Tabel 2.

Tempat pemasaran yang awalnya terdapat hanya 1 lokasi di Ponorogo, kini telah ditambah di Trenggalek dan Tuban. Tujuannya adalah menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih mendekati pada pasar potensial. Layanan baru juga ditambahkan, seperti: layanan pesan antar dan COD. Berdasarkan penelitian Isnawati et al. (2019), layanan pesan antar sangat diminati dan dapat dipengaruhi oleh faktor pemasaran, seperti: tempat, produk, harga, dan promosi<sup>14</sup>.

Permasalahan minimnya variasi produk dan jenis tanaman diselesaikan dengan mendatangkan berbagai jenis tanaman hias dari luar pulau Jawa bahkan beberapa jenis keladi diimpor dari Thailand. Produk-produk baru menjadi nilai tambah dalam melakukan promosi dan iklan. Karena variasi dan jenis tanaman hias yang banyak maka konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak di Mekar Jaya Nursery.

---

<sup>11</sup> Simbolon, J. B., Sinaga, R. E., & Sitepu, J. (2021). Peluang home gardening selama pandemi covid-19 di Medan Sekitar. *Jurnal Agroteknosains*, 5(1), 43–50.

<sup>12</sup> Elisabeth, A. (2021). Ini Alasan Tren Tanaman Hias Meningkat di Tengah Covid-19. *Economy.Okezone.Com*. <https://economy.okezone.com/read/2021/05/21/455/2413497/ini-alasan-tren-tanaman-hias-meningkat-di-tengah-covid-19>

<sup>13</sup> Sofjan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*.

<sup>14</sup> Lisnawati, I., Rosa, A., Yunita, D., & Hartati, H. (2019). Keputusan Konsumen menggunakan jasa pesan antar makanan online di Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3), 147–158.

**Tabel 2.**  
**Perubahan Penerapan Strategi Pemasaran Mekar Jaya Nursery dalam Menghadapi Pandemi Covid-19**

No.	Masalah prioritas	Komponen perubahan	Semula	Menjadi
1.	Penjualan hanya terpusat di kios dan banyak pesaing yang serupa.	Tempat pemasaran	Terpusat pada di kios	Membuka cabang baru di tiga kota.
		Layanan	Hanya pelayanan penjualan di kios	Ditambah layanan pesan antar dan COD
2.	Minimnya variasi produk dan jenis tanaman hias;	Jenis produk yang dijual	Komoditas-komoditas yang selalu dimiliki nursery	Ditambah beberapa jenis baru yang didatangkan dari luar jawa bahkan impor dari luar negeri
	Harga bersaing dengan kebutuhan primer saat pandemi;	Penetapan harga barang	Merata dengan margin 20%	Dibedakan berdasarkan kategori barang

Permasalahan pada prioritas belanja (persaingan dengan barang primer) maka diterapkan metode penetapan harga yang dibedakan menjadi empat kategori utama<sup>15</sup> yaitu: 1) metode penetapan harga berbasis permintaan. Metode ini diterapkan pada tanaman hias yang sangat sensitif dengan selera dan preferensi pelanggan, misalnya tanaman hias golongan monstera dan caladium; 2) metode penetapan harga berbasis biaya. Metode ini diterapkan pada barang penunjang kebutuhan tanaman hias, seperti pot dan media tanam; 3) metode penetapan harga

<sup>15</sup> Abadi, L. Y. (2016). Evaluasi strategi penetapan harga jual dalam bisnis gourmet Land Cafe. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1*, 112–117.

berbasis laba. Metode ini diterapkan pada tanaman hias stok yang nilainya stabil; dan 4) metode penetapan harga berbasis persaingan. Metode ini didasarkan pada harga barang pesaing di sekitar lokasi penjualan. Metode ini diterapkan pada barang-barang yang banyak dijumpai di Ponorogo dan Trenggalek,

### **Pembelajaran**

Usaha di bidang pemenuhan kebutuhan tersier seperti tanaman hias memiliki keunikan sendiri dalam pengelolaannya. Secara umum pengelolaan bisnis ini bersifat dinamis. Banyak faktor yang dapat berpengaruh secara signifikan, salah satunya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 dapat menyebabkan penurunan pendapatan. Penurunan pendapatan ini harus direspon dengan cepat dan tepat. Perubahan rencana usaha dan peta jalan usaha dapat dilakukan setiap dibutuhkan.

Upaya mengurai suatu persoalan dapat dilakukan dengan metode analisis permasalahan yang akurat. Dalam praktik ini, analisis penguraian masalah menggunakan metode analisis diagram tulang ikan (*fishbone*). Solusi atau penyelesaian masalah-masalah usaha tanaman hias dapat diselesaikan mulai dari penyebab yang paling penting berdasarkan nilai aktualitas, problematik, kekhlayakan, dan kelayakan.

Berdasarkan praktik yang dilakukan pada usaha tanaman hias di Mekar Jaya Nursery, strategi mempertahankan usaha tanaman hias pada masa pandemi adalah dengan membuka cabang baru di beberapa kota, menambah layanan pesan antar dan COD, menambah beberapa jenis baru yang didatangkan dari luar Jawa bahkan impor dari luar negeri, membedakan harga jual Dibedakan berdasarkan kategori barang. Praktik-praktik tersebut mampu mempertahankan usaha tanaman hias di tengah pandemi Covid-19, bahkan dapat meningkatkan pendapatan usaha.

### **Implikasi Kebijakan**

Praktik baik ini dapat menjadi salah satu contoh cara merespon suatu usaha pertanian, khususnya di bidang tanaman hias. Penerapan praktik ini dapat mempertahankan usaha Mekar Jaya Nursery sebagai UMKM bidang pertanian dari dampak pandemi covid-19. Implikasi kebijakan bagi pemerintah diantaranya:

1. Perlu adanya pendampingan pola budidaya yang bertujuan untuk memperbaiki kualitas produk tanaman hias;
2. Perlu adanya pendampingan pemasaran agar sejalan dengan tujuan pemerintah pusat, yaitu inovasi tanaman hias untuk ekspor.
3. Perlu adanya pendampingan proaktif dari pemerintah atau tersedianya layanan konsultasi yang dapat membantu usaha merespon suatu permasalahan usaha dengan cepat dan akurat.

Implikasi bagi non-pemerintah diantaranya, yaitu:

1. Masyarakat membentuk asosiasi pada bidang tanaman hias guna menjaga nilai jual tanaman hias;
2. Adanya distributor yang menampung produk-produk tanaman hias dengan tujuan mencakup pasar yang lebih luas.

### **Referensi**

- Abadi, L. Y. (2016). Evaluasi strategi penetapan harga jual dalam bisnis gourmet Land Cafe. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1, 112–117.
- Akazawa, Y., Watanabe, S., Nobukiyo, S., Iwatake, H., Seki, Y., Umehara, T., Tsutsumi, K., & Koizuka, I. (2004). The management of possible fishbone ingestion. *Auris Nasus Larynx*, 31(4), 413–416.
- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- BPS. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*.
- Dewi, C., Mursalim, & Palmarudi, M. (2015). Permasalahan sistem agribisnis dan strategi memperbaiki daya saing komoditi markisa di Kabupaten Gowa. *J. Sains & Teknologi*, 15(1), 84–90.
- Elisabeth, A. (2021). Ini Alasan Tren Tanaman Hias Meningkat di Tengah Covid-19. *Economy.Okezone.Com*.  
<https://economy.okezone.com/read/2021/05/21/455/2413497/ini-alasan-tren-tanaman-hias-meningkat-di-tengah-covid-19>
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Lisnawati, I., Rosa, A., Yunita, D., & Hartati, H. (2019). Keputusan Konsumen

menggunakan jasa pesan antar makanan online di Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3), 147–158.

Lizza Arnofia. (2020). Banyak Orang Menanam Bunga saat Pandemi, Omset Pedagang Naik 70%. *Blokbojonegoro.Com*.  
<http://blokbojonegoro.com/2020/11/02/banyak-orang-menanam-bunga-saat-pandemi-omset-pedagang-naik-70/>

Masruroh. (2020). Di Surabaya Harga Janda Bolong Mulai Rp 85 Ribu Sampai Rp 15 Juta Per Daun. *Kumparan.Com*.  
<https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/di-surabaya-harga-janda-bolong-mulai-rp-85-ribu-sampai-rp-15-juta-per-daun-1uNPF03AiGR/full>

Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1-9.

Petri, M. M., Majid, N., & Addiarrahman, A. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi COVID-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Simbolon, J. B., Sinaga, R. E., & Sitepu, J. (2021). Peluang home gardening selama pandemi covid-19 di Medan Sekitar. *Jurnal Agroteknosains*, 5(1), 43–50.

Sofjan, A. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Tersedia pada: [unikadelasalle.ac.id](http://unikadelasalle.ac.id)