



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**STRATEGI ADAPTASI BISNIS PEDAGANG TANAMAN HIAS
AGLAONEMA DALAM MENGHADAPI FLUKTUASI PASAR
PASCA PANDEMI COVID-19**



SYAHTIYA HADI NUGRAHA

NIM: 2105421069

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

PROGRAM STUDI ADMNISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

SYAHTIYA HADI NUGRAHA Strategi Adaptasi Bisnis Pedagang Tanaman Hias Aglaonema dalam Menghadapi Fluktuasi Pasar Pasca Pandemi COVID-19 Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi adaptasi bisnis yang dilakukan oleh para pedagang tanaman hias Aglaonema dalam menghadapi fluktuasi pasar pasca pandemi COVID-19. Fokus penelitian berada pada komunitas pedagang DPC ASA Tangerang Raya. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam kepada lima informan utama yang aktif dalam aktivitas pemasaran digital dan tergabung dalam komunitas. Analisis dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS, EFAS, SWOT, dan Matriks Profil Kompetitif (CPM) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pedagang dalam konteks pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagang memiliki empat kekuatan dan tiga kelemahan dalam faktor internal, serta lima peluang dan lima ancaman pada faktor eksternal. Dari hasil analisis SWOT, diperoleh delapan strategi alternatif adaptasi yang terdiri dari dua strategi SO, dua strategi WO, dua strategi ST, dan dua strategi WT. Selain itu, hasil CPM menunjukkan bahwa *channel YouTube Samsudin 111290* menjadi kanal dengan daya saing tertinggi dibandingkan pesaing lain seperti Kamaludin Aglaonema, Herlina Atmaja Aglaonema, dan Indah Permatasari Mom R3 dalam konteks pemasaran digital tanaman hias Aglaonema di Tangerang Raya.

Kata Kunci: Strategi Adaptasi, Kanal Digital, SWOT, Aglaonema, Tanaman Hias



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

SYAHTIYA HADI NUGRAHA *Business Adaptation Strategies of Ornamental Plant Sellers (Aglaonema) in Responding to Market Fluctuations Post-COVID-19 Pandemic*
Department of Business Administration Politeknik Negeri Jakarta, 2025.

This study aims to analyze the business adaptation strategies implemented by Aglaonema ornamental plant sellers in responding to market fluctuations after the COVID-19 pandemic. The research focuses on members of the DPC ASA Tangerang Raya community. The method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data were obtained through in-depth interviews with five key informants who are actively involved in digital marketing within the community. The analysis was conducted using the IFAS, EFAS, SWOT matrices, and the Competitive Profile Matrix (CPM) to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by sellers in the context of digital marketing. The results show that the sellers possess four internal strengths and three weaknesses, along with five external opportunities and five threats. Based on the SWOT analysis, eight alternative adaptive strategies were formulated, consisting of two SO strategies, two WO strategies, two ST strategies, and two WT strategies. Furthermore, the CPM results indicate that the YouTube channel "Samsudin 111290" has the highest competitive strength compared to other competitors such as "Kamaludin Aglaonema", "Herlina Atmaja Aglaonema", and "Indah Permatasari Mom R3" in the Aglaonema plant digital marketing landscape in Tangerang Raya.

Keywords: *Adaptation Strategy, Digital Channels, SWOT, Aglaonema, Ornamental Plants*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINIALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Strategi Bisnis	9
2.1.2 Adaptasi Usaha.....	10
2.1.3 Fluktuasi Pasar	11
2.1.4 Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Bisnis Tanaman Hias	12
2.1.5 Analisis SWOT	13
2.2 Jurnal yang Relevan	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.1.1 Waktu Penelitian	20
3.1.2 Tempat Penelitian	21
3.2 Kerangka Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian.....	23



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.3.1 Fokus Penelitian	23
3.3.2 Informan Penelitian	23
3.3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.5 Instrumen Penelitian	26
3.3.6 Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Rekapitulasi Data.....	33
4.1.1 Gambaran Informan Wawancara	33
4.2 Identifikasi Pesaing dan Persaingan.....	35
4.2.2 Analisis Identifikasi Pesaing dan Persaingan.....	39
4.2.3 Hasil Rekapitulasi Wawancara Umum, Faktor Internal dan Faktor Eksternal.....	41
4.3 Analisis Faktor Internal.....	54
4.3.1 Analisis Kekuatan	54
4.3.2 Analisis Kelemahan	56
4.3.3 Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) (on progress)	57
4.4 Analisis Faktor Eksternal	61
4.4.1 Analisis Peluang.....	61
4.4.2 Analisis Ancaman	62
4.4.3 Analisis Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	65
4.5 Analisis Matriks <i>Strenght Weakness Opportunities Threats</i> (SWOT)	69
4.6 Pembahasan.....	73
4.6.4 Analisis Pesaing dan Persaingan.....	73
4.6.1 Analisis Faktor Internal.....	75
4.6.2 Analisis Faktor Eksternal	76
4.6.3 Analisis Matriks SWOT.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
Tabel 3.1 Tabel Waktu Penelitian	20
Tabel 3.2 Matrix Internal Faktor Analysis Summary	30
Tabel 3.3 Matriks Eksternal Faktory Analysis Summary	31
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Wawancara Identifikasi Pesaing dan Persaingan.....	36
Tabel 4. 2 Matriks Profil Kompetitif Youtuber	40
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Wawancara Umum.....	42
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Wawancara Faktor Internal	44
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Wawancara Faktor Eksternal	49
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Perhitungan Faktor Internal	58
Tabel 4. 7 Matriks Evaluasi Internal	59
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Perhitungan Faktor Eksternal.....	66
Tabel 4. 9 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	68
Tabel 4. 10 Matriks SWOT	70

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian (RTUP).....	1
Gambar 1.2 Aglaonema Suksom.....	4
Gambar 1.3 Rata-rata viewers salah satu youtuber tanaman hias aglaonema.....	4
Gambar 1.4 Data Penjualan Aglaonema.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian.....	23





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar pertanyaan Wawancara Umum	84
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Lingkungan Internal dan Eksternal.....	85
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Identifikasi Pesaing dan Persaingan	87
Lampiran 4 Daftar Pertanyaan Kuesioner Riset SWOT	88



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

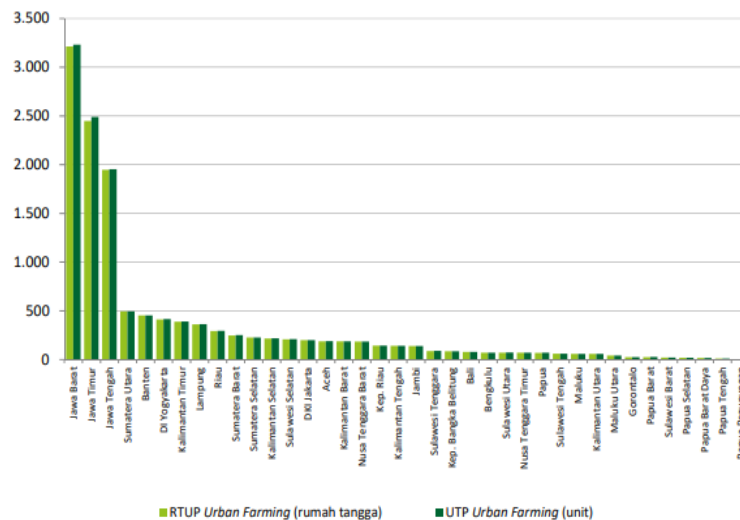
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketergantungan wilayah perkotaan terhadap hasil pertanian dari wilayah perdesaan dan terbatasnya lahan pertanian di wilayah perkotaan menuntut masyarakat wilayah perkotaan melakukan inovasi menyediakan produk pertanian. Masyarakat perkotaan menyediakan produk pertanian sendiri pada lahan terbatas dengan cara sebagian besar media tanam menggunakan *pot/polybag* sehingga mudah dipindahkan pada lahan sempit (baik di dalam ruangan atau di atap rumah) dan dilakukan dengan sistem hidroponik dengan menggunakan air atau unsur hara, aquaponik, vertikultur dengan memanfaatkan ruang vertikal sebagai tempat bercocok tanam baik dalam bentuk digantung maupun rambat atau terpasang di dinding, atau media terpal. Praktik budidaya penyediaan produk pertanian di wilayah perkotaan tersebut dinamakan sebagai *Urban Farming*



Gambar 1.1 Jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian (RTUP) Urban Farming dan Usaha Pertanian Perorangan (UTP) Urban Farming Menurut Provinsi, 2023

Sumber: BPS, 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa laju pertumbuhan usaha tanaman hias di perkotaan turut meningkat seiring peningkatan tren berkebun (*urban farming*) sebagai dampak pandemi *Covid-19* sepanjang tahun 2019 hingga awal tahun 2021. Pembatasan kegiatan atau aktivitas di luar rumah dilakukan oleh Pemerintah Indonesia untuk menekan jumlah peningkatan paparan virus *covid-19* di masyarakat. Lebih banyak waktu luang yang dimanfaatkan di rumah, yang sebagian besar digunakan untuk kegiatan produktif seperti berbudidaya tanaman hias (Asnawati, 2021; Soegoto dkk, 2021). Diantara jenis usaha lain yang mengalami kelesuan selama pandemi Covid berlangsung, usaha tanaman hias memberikan peningkatan yang signifikan khususnya di tahun 2019. Penjualan tanaman hias terserap oleh pasar meskipun ditawarkan dengan harga yang tinggi, baik untuk dijual kembali maupun dibeli untuk koleksi (Moradnezahadi dkk, 2017).

Tanaman hias yang populer di komunitas ASA Tangerang Raya adalah aglaonema. Aglaonema menjadi salah satu jenis tanaman pot plan hias daun yang cukup menarik perhatian. Tanaman ini di Indonesia dikenal dengan nama “Srirejeki”, tanaman hias pembawa rejeki (keberuntungan). Aglaonema berasal dari bahasa Yunani kuno, *Aglaos* berarti terang/bersinar dan *nema* berarti benang/sari, sehingga aglaonema berarti benang bersinar terang. Tanaman ini berasal dari wilayah Asia Tenggara dan Asia Selatan seperti Cina bagian selatan, Philipina, Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Myanmar. Aglaonema tumbuh di hutan - hutan di dataran rendah hingga sedang, dengan pencahayaan/intensitas cahaya sekitar 10 - 30 % dan bila ditanam dalam nursery memerlukan *shading net* setebal 70 - 90 % (Leman, 2021). Aglaonema dimanfaatkan sebagai tanaman penghias ruangan, karena keindahan dari tanaman ini terletak pada bentuk, corak, dan warna daunnya. Aglaonema termasuk tanaman yang pertumbuhannya lambat, padahal permintaan pasar terhadap tanaman tersebut tinggi (Iswad dkk, 2021). Perlunya perawatan intensif juga menyebabkan nilai jual tinggi bagi aglaonema. Aglaonema merupakan komoditas yang populer ketika masa pandemi *Covid 19* (Suwu, 2021). Tanaman ini memiliki manfaat dalam menurunkan populasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bakteri di udara (Akbar, 2021). Tren aglaonema banyak berubah. Pada tahun 2000 jenis yang banyak dicari adalah jenis daun berwarna hijau, tahun 2005-2008 jenis aglaonema merah lebih populer, 2010 kembali ke jenis berdaun hijau, dan sejak 2018 tren warna merah menyala lebih banyak diminati pembeli. Perubahan tren bukan hanya dikaitkan dengan warna tetapi jumlah penjualan (Candrawati dkk, 2020; Dominguez dkk, 2017; Zarliani dkk, 2021). Salah satu faktor yang menyebabkan popularitas Aglaonema meningkat kembali pada tahun 2019 akhir secara drastis adalah peran platform *YouTube* sebagai media pemasaran dan edukasi. Adopsi teknologi UMKM selama pandemi dipengaruhi oleh faktor niat perilaku dan ketersediaan fasilitas digital (Rahmawati, Mariam, & Purwinarti, 2021). Pada awal *booming*-nya, popularitas Aglaonema didorong oleh konten-konten dari para *YouTuber* yang secara aktif membagikan informasi mengenai perawatan serta keindahan tanaman ini. Salah satu *YouTuber* di bidang tanaman hias berhasil menarik perhatian masyarakat melalui video yang membahas potensi bisnis Aglaonema. Video tersebut kemudian menjadi viral dan meningkatkan permintaan di pasar. Kondisi ini mendorong banyak pedagang serta petani tanaman hias untuk beralih ke *YouTube* sebagai sarana utama pemasaran mereka.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

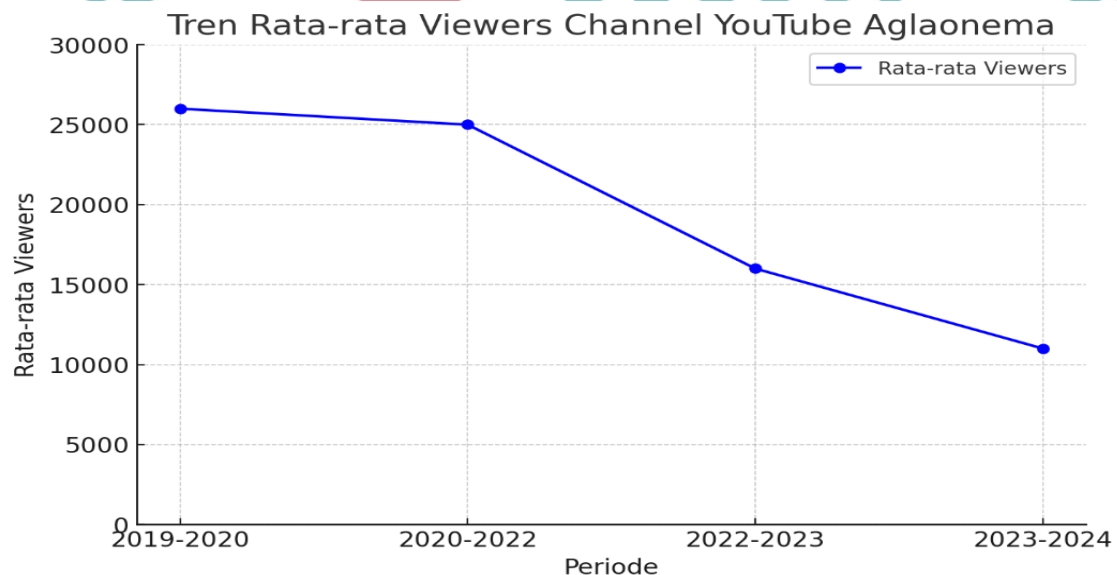
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1.2 Aglaonema Suksum Adalah Jenis Yang Paling Disukai Oleh Para Pecinta Tanaman Hias Aglaonema

Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 1.2 adalah salah satu jenis aglaonema yang pada saat tahun 2019 menjadi jenis yang sangat diminati oleh para pembeli. Dengan keindahan warna merahnya yang sangat disukai oleh para pecinta tanaman hias, khususnya ibu-ibu. Para pedagang pun selalu menyediakan stok jenis ini di lapaknya.



Gambar 1.3 Rata-Rata Viewers Salah Satu Youtuber Tanaman Hias Aglaonema

Sumber: Data Diolah, 2025

Gambar 1.3 merupakan tren rata-rata *viewers* konten *youtube* tentang tanaman hias aglaonema pada akun *youtube* Samsudin111290. Rata-rata penonton mengalami penurunan dari 2019 hingga 2024. Pada 2019-2020, rata-rata *viewers* mencapai lebih dari 25.000, bertahan hingga awal 2022, lalu turun menjadi lebih dari 15.000 pada 2022-2023, dan semakin menurun menjadi lebih dari 10.000 pada masa transisi *Covid-19* 2023-2024. Penurunan ini dapat dipengaruhi oleh masa transisi *new normal*



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

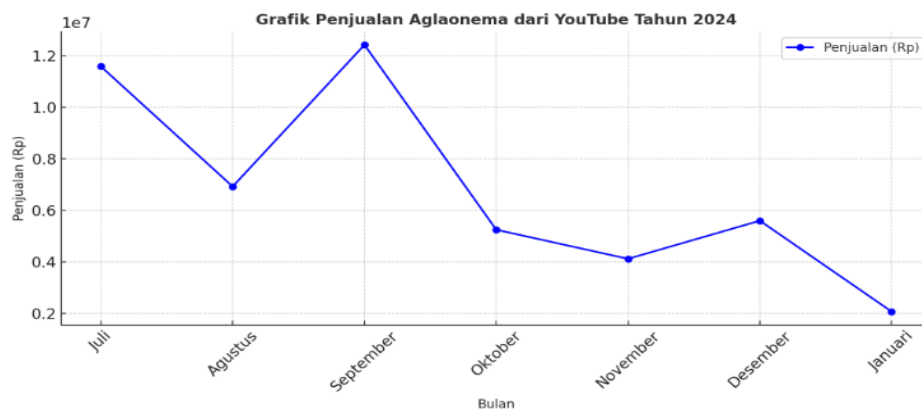
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

,perubahan tren tanaman hias, kejenuhan pasar, serta algoritma *youtube* yang berdampak pada keterjangkauan konten.

Berdasarkan diskusi singkat peneliti dengan salah satu pedagang aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya, penyebab nilai penjualan yang cenderung menurun adalah perubahan rutinitas dan aktivitas masyarakat di luar rumah, menyebabkan waktu dan perhatian untuk merawat tanaman tersebut menjadi berkurang. Sebagian pedagang dan petani masih tetap menjual aglaonema dengan mempertimbangkan kembalinya modal atas bibit dan sarana produksi yang telah dibeli.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pedagang adalah menjaga keberlanjutan bisnis di tengah fluktuasi pasar. Penurunan minat dan daya beli terhadap Aglaonema berdampak pada kestabilan pendapatan pedagang yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptasi bisnis yang efektif agar penjualan tetap stabil dan bisnis tetap bertahan dalam jangka panjang.



Gambar 1.4 Data Penjualan Aglaonema pada Salah Satu Data Pedagang Penjual Tanaman Hias Aglaonema dalam 6 Bulan Terakhir

Sumber: Data Diolah, 2023

Gambar 1.4 menunjukkan data penjualan dari salah satu pedagang aglaonema di DPC ASA Tangerang raya melalui penjualan *YouTube* selama enam bulan terakhir, terjadi pola fluktuatif dengan grafik menurun. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

September 2024 dengan total Rp 12.425.000, namun angka ini mengalami penurunan drastis pada bulan Oktober sebesar Rp 5.245.000 dan terus menurun hingga Januari 2025 yang hanya mencapai Rp 2.065.000. Penurunan ini mengindikasikan adanya pergeseran daya beli konsumen dan perubahan pola konsumsi pasca pandemi. Gambar 1.4 menjadi bukti visual atas perubahan minat pasar terhadap konten tanaman hias, yang sebelumnya sempat mengalami masa puncak saat pandemi, lalu terus menurun setelah mobilitas masyarakat kembali normal.



Gambar 1.5 Data Google Trends Aglaonema Dalam 12 Bulan Terakhir
Sumber: Google Trends, 2025

Gambar 1.5 memperlihatkan data *Google Trends* yang dianalisis, minat masyarakat terhadap Aglaonema juga mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2024 hingga awal 2025. Ketertarikan sempat meningkat terlihat pada pertengahan tahun, tetapi setelah itu minat cenderung menurun dan tidak kembali ke tingkat sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa tantangan utama bagi pedagang Aglaonema saat ini adalah bagaimana menjaga keberlanjutan bisnis dan menstabilkan penjualan di tengah menurunnya minat pasar. Penurunan minat tersebut dapat dilihat lebih jelas melalui Gambar 1.5 yang menyajikan grafik pencarian publik terhadap Aglaonema di *Google Trends* sepanjang tahun 2024. Grafik ini menunjukkan bahwa meskipun sempat mengalami lonjakan, tren minat terus melemah hingga awal 2025.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian ini akan meneliti “Strategi Adaptasi Pedagang Tanaman Hias Aglaonema dalam Menghadapi Fluktuasi Pasar Pasca Pandemi *COVID-19*”. Dengan berfokus pada wilayah komunitas DPC ASA Tangerang Raya, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pedagang dapat mempertahankan bisnis mereka agar tetap berkelanjutan di tengah perubahan tren dan daya beli konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Pasca pandemi *Covid-19*, pedagang tanaman hias Aglaonema di Kota Tangerang menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga keberlanjutan bisnis mereka. Fluktuasi pasar dan perubahan kondisi ekonomi membuat mereka harus menyesuaikan strategi agar tetap bertahan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengidentifikasi berbagai strategi adaptasi yang telah diterapkan oleh pedagang, termasuk:

1. Strategi adaptasi yang digunakan pedagang Aglaonema dalam menghadapi fluktuasi pasar pasca pandemi Covid-19.
2. Inovasi bisnis yang dilakukan untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah perubahan tren dan permintaan konsumen.
3. Penyesuaian dalam manajemen stok yang sedang ramai peminat dan kebijakan harga guna meningkatkan efisiensi dan daya saing di pasar.
4. Pemanfaatan teknologi dan platform digital (seperti *YouTube*, *marketplace*, dan media sosial) sebagai saluran pemasaran utama.
5. Efektivitas strategi bisnis yang diterapkan terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi adaptasi bisnis yang diterapkan oleh pedagang Aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya dalam menghadapi fluktuasi pasar pasca pandemi *Covid-19*?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Permasalahan apa yang dihadapi oleh pedagang aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi adaptasi bisnis yang diterapkan oleh pedagang Aglaonema di DPC ASA Tangerang Raya dalam menghadapi fluktuasi pasar pasca pandemi Covid-19.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang dialami pedagang dalam bisnis mereka dengan kondisi pasar yang berubah.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian diatas dapat menambah wawasan akademik terkait strategi adaptasi bisnis di sektor tanaman hias, khususnya dalam menghadapi perubahan pasar dan tantangan ekonomi pasca pandemi.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pedagang Aglaonema

Memberikan referensi strategi yang dapat diterapkan untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.

2) Bagi Pelaku Usaha Tanaman Hias

Menjadi acuan dalam menyusun strategi adaptasi yang efektif untuk menghadapi fluktuasi pasar.

3) Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan atau program dukungan bagi sektor tanaman hias agar dapat bertahan dan berkembang.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa strategi adaptasi yang paling relevan dan dapat diimplementasikan oleh para pedagang Aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya adalah strategi dalam kategori *Strength–Opportunity* (SO). Strategi ini dipilih karena dapat diterapkan oleh mayoritas pedagang dan didukung oleh kondisi pasar yang masih memiliki potensi. Peneliti menyimpulkan dari hasil yang telah diolah dan diteliti menghasilkan:

1. Strategi adaptasi bisnis yang diterapkan oleh pedagang Aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya dalam menghadapi fluktuasi pasar pasca pandemi *Covid-19*, berdasarkan wawancara dengan pedagang adalah mengoptimalkan kanal *YouTube* sebagai media utama penjualan dan promosi. Strategi ini mengandalkan kekuatan internal berupa konsistensi pemanfaatan kanal *YouTube* serta kemampuan pedagang dalam menyediakan variasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan segmen pasar, baik kolektor maupun pemula. Pendekatan yang digunakan berfokus pada diferensiasi produk dan harga, dengan penyajian konten video yang menarik, informatif, dan jujur. Peluang eksternal yang mendukung strategi ini antara lain adalah meningkatnya penggunaan *YouTube* sebagai media jual beli tanaman hias serta adanya loyalitas konsumen terhadap Aglaonema dengan harga kompetitif namun berkualitas.
2. Permasalahan yang dihadapi oleh pedagang Aglaonema di komunitas DPC ASA Tangerang Raya berdasarkan wawancara dengan pedagang meliputi ketergantungan pada satu kanal digital yaitu *YouTube*, keterbatasan dalam sumber daya manusia untuk pengelolaan konten, serta kurangnya konsistensi promosi di *platform* alternatif. Ketergantungan ini membuat pedagang rentan terhadap perubahan algoritma dan dinamika minat audiens. Selain itu, kemampuan produksi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konten yang bervariasi antar pedagang menyebabkan ketimpangan daya saing di ruang digital, terutama ketika harus bersaing dengan konten dari pedagang luar daerah yang lebih profesional dalam pengemasan visual dan promosi.

Strategi adaptasi berbasis kekuatan internal dan peluang eksternal telah diterapkan secara efektif oleh sebagian besar pedagang, keberlanjutan usaha tetap membutuhkan perbaikan pada aspek kelemahan internal dan kewaspadaan terhadap ancaman pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

a. Bagi Pedagang Tanaman Hias *Aglaonema* di DPC ASA Tangerang Raya:

1) Mengoptimalkan Kanal *YouTube* sebagai Digital Utama Penjualan

Pedagang disarankan untuk lebih memaksimalkan penggunaan *YouTube* melalui peningkatan kualitas tayangan, konsistensi *upload*, dan pendekatan visual yang jujur serta edukatif. *YouTube* telah terbukti menjadi saluran penjualan paling efektif, sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan secara profesional.

2) Melakukan Diferensiasi Produk dan Harga Secara Terstruktur

Pedagang perlu memperluas segmen pasar dengan menyusun variasi produk berdasarkan jenis yaitu tanaman koleksi serta ekonomis, dan juga harga yang disesuaikan dengan target konsumen. Diferensiasi ini dapat meningkatkan *volume* penjualan dan memperkuat posisi di pasar yang mulai jenuh.

3) Memanfaatkan Sosial Media Selain Konten *Youtube*

YouTube menjadi media utama, tetapi para pelaku usaha juga perlu memanfaatkan kanal penjualan lain seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *marketplace*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

online agar dapat menjangkau konsumen yang lebih beragam dan mengurangi risiko ketika terjadi perubahan algoritma atau penurunan *traffic*.

4) Menjaga Kejujuran Konten dan Interaksi dengan Konsumen

Konten yang menampilkan kondisi asli tanaman dan disertai komunikasi yang interaktif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

5) Mengelola Konten Secara Terencana dan Responsif terhadap Tren

Pedagang perlu memiliki kalender konten serta memantau tren tanaman melalui media sosial dan komunitas. Konten promosi harus disesuaikan dengan jenis tanaman yang sedang diminati agar tetap relevan dan kompetitif.

6) Optimasi Youtube Untuk Kanal Penjualan Usaha

Dengan mengurangi ketergantungan pada channel youtube tertentu, pedagang juga perlu untuk membuat kanal masing-masing dengan tujuan dapat meningkatkan *engagement* dan loyalitas pelanggan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya:

1) Memperluas Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti menyarankan untuk memperluas kajian penelitian ke komunitas pedagang Aglaonema di wilayah lain atau lintas platform digital untuk melihat dinamika persaingan dan strategi adaptasi dalam skala yang lebih luas dan beragam.

2) Mengintegrasikan Metode Kuantitatif

Penelitian ke depan dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif dengan survei kuantitatif guna mengukur efektivitas strategi digital secara lebih terukur, seperti pengaruh konten terhadap keputusan pembelian atau loyalitas konsumen.

3) Menganalisis Lebih Mendalam Ekonomi Digital UMKM Tanaman Hias

Penelitian mendatang juga dapat mengkaji aspek ekonomi digital yang memengaruhi keberlanjutan UMKM tanaman hias, termasuk efisiensi biaya promosi digital, *return on investment* (ROI) dari konten, dan daya serap pasar terhadap promosi berbasis platform.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen strategis*. CV Alfabeta.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi & manajemen*. BPFE Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2020). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis* (24th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Alfabeta.
- Andriani, R., Mubarak, A., Fitaloka, N. D., Kopong, F. S., & Aziz, F. A. (2024). Strategi pengembangan usaha tanaman hias pada UMKM tanaman hias Cihideung Bandung Barat. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 6(2), 124–131.
- Andriani, R., Wibowo, A., & Supriyati, A. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Pada UMKM Cihideung. *Jurnal Sosial dan Abdimas*, 4(1), 1-12.
- Elza, A. P., Syaiful, & Novia. (2016). Strategi pengembangan agribisnis tanaman hias palem wereggu (*Rhapis excelsa*) di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jom Faperta*, 3(1), 1–12.
- Gunariyati, Y. N., Andajani, W., Sutiknjo, T. D., Pamujiati, A. D., Marwanto, I. G. H., & Shipya, D. T. (2023). Manajemen strategi pengembangan usaha tanaman hias sukulen di Desa Rembang, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional (JINTAN)*, 3(2), 130–147.
- Gunariyati, Y. N., Roesfiansjah, R., & Kartika, A. (2023). Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Sukulen di Kediri. *Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional (JINTAN)*, 7(1), 30-38.
- Haryanto, L. I., Putri, D. I., Anjani, H. D., & Fadilla, G. A. (2023). Pengembangan model bisnis *indoor plant rental service* untuk meningkatkan keuntungan usaha tanaman hias. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 042–UMJ–PE.
- Haryanto, L. I., Sukrianto, S., Maulana, F. A., & Ulum, M. (2022). Keragaan dan pendapatan usahatani tanaman hias *Aglaonema* di masa new normal. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 045–UMJ–PE.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2021). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner Pada UMKM Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(1), 30-40.
- Nurlina, N. L. P. R., Suparta, N., & Sutjipta, N. (2013). Lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan rahasia jiwa kewirausahaan sebagai landasan strategi diferensiasi serta pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha mikro tanaman hias di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 1(2), 1-12.
- Pebriyanti, F. E., & Widodasih, R. R. W. K. (2023). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan SWOT Pada UMKM Azkia Collection. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 51-61.
- Putra, F. C. K., Indriani, Y., & Riantini, M. (2021). Sistem agribisnis tanaman hias bunga (Adenium, Anggrek, dan Mawar) di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(2), 191-198.
- Rahmawati, L., Mariam, I., & Purwinarti, T. (2021). Analisis perkembangan UMKM dan kuantitas belanja daring pada masa pandemi dengan model UTAUT 2. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 2(2), 19-30.
- Saputra, H., Harahap, A. W., Lubis, A. S., Prayoga, W., Hutagalung, A. T., Agustin, A., Manik, A. M. C., Siringoringo, J. F., & Sihombing, W. L. (2025). Analisis strategi manajemen pemasaran dalam agribisnis kaktus: Studi kualitatif pada usaha Haji Rosmina Damanik di Medan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 3(1), 109-120.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**