

**KOMPARASI PENDAPATAN USAHA TANAMAN HIAS DENGAN SISTEM PEMASARAN KONVENSIONAL DAN E-COMMERCE**  
(Studi Kasus Pada Usaha Rumah Tangga Pak Slamet Di Desa Pangkalan Kecamatan Langkaplancar Kabupaten Pangandaran)

**COMPARASION OF ORNAMENTAL PLANT BUSINESS INCOME WITH CONVENTIONAL MARKETING SYSTEMS AND E-COMMERCE**  
(Case Study Of Pak Slamet's Household Business In Pangkalan Village, Langkaplancar District, Pangandaran Regency)

**RITOH MAESAROH<sup>1</sup>, AGUS YUNIAWAN ISYANTO<sup>2</sup>, ANE NOVIANTY<sup>3</sup>**

Fakultas Pertanian Universitas Galuh

\*Email: [ritohmaesaroh05@gmail.com](mailto:ritohmaesaroh05@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan usaha tanaman hias saat ini sudah menjadi salah satu induk kemajuan ekonomi yang cukup penting diberbagai wilayah nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan pada sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce* pada usaha tanaman hias Pak Slamet serta komparasi pendapatan antara sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce* pada usaha tanaman hias Pak Slamet. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif sedangkan untuk metode yang digunakan adalah studi kasus dan untuk penarikan sampel menggunakan *purposive sampling (judgement)*. Berdasarkan hasil penelitian, besarnya biaya pada usaha tanaman hias Pak Slamet pada sistem pemasaran konvensional adalah sebesar Rp 3.318.938/ bulan dan *e-commerce* sebesar Rp 4.651.217/ bulan. Sedangkan untuk penerimaan konvensional adalah sebesar Rp 8.599.500/ bulan dan penerimaan *e-commerce* sebesar Rp 12.023.000/bulan. Kemudian untuk pendapatan dari pemasaran konvensional adalah Rp 5.280.562/ bulan dan untuk pendapatan pemasaran *e-commerce* sebesar Rp 7.371.783/ bulan. Meskipun begitu dua sitem pemasaran ini sangat membantu dalam meningkatkan hasil penjualan pada usaha tanaman hias Pak Slamet.

**Kata kunci :** *Pemasaran, Konvensional, E-commerce dan Tanaman Hias*

**ABSTRACT**

*The development of the ornamental plant business has now become one of the mainstays of economic progress which is quite important in various regions of the archipelago. This study aims to determine the amount of costs, receipts and income in conventional and e-commerce marketing systems for Mr. Slamet's ornamental plant business as well as income comparasions between conventional and e-commerce marketing systems for Mr. Slamet's ornamental plant business. This type of research uses quantitative descriptive while the method used is a case study for sampling using purposive sampling (judgement). Based on the results of the study, the amount costs for the ornamental plant business of Mr. Slamet's in the conventional marketing system is IDR 3,318,938/ month and e-commerce is IDR 4.651,217/ month.. Meanwhile, conventional revenue is IDR 8,599,500/ month and e-commerce revenue is IDR 12,023,000/ month. Then for income from conventional marketing of IDR 5,280,562/ month and for e-commerce marketing revenue of IDR 7,371,783/ month. Even so, these two marketing systems are very helpful in increasing sales results in Mr. Slamet's ornamental plant business.*

**Keywords:** *Marketing, Conventional, E-commerce, Ornamental Plants*

## PENDAHULUAN

Perkembangan usaha tanaman hias saat ini sudah menjadi salah satu induk kemajuan ekonomi yang cukup penting di berbagai wilayah nusantara. Selain karena kegemaran masyarakat terhadap tanaman hias, usaha ini juga dilakukan dengan profitabel yang bisa mendorong kemajuan perindustrian barang dan jasa. Menurut Situmorang dkk (2014), tanaman hias tidak hanya berperan dalam pembangunan sektor pertanian, akan tetapi juga berperan bagi pembangunan sektor agrowisata di Indonesia. Dengan adanya pemanfaatan usaha pertanian oleh sektor agrowisata, membuat bisnis ini memiliki peluang yang cukup tinggi untuk dikembangkan.

Tanaman hias mempunyai manfaat untuk menciptakan keindahan, kesegaran dan kesejukan lingkungan karena nilai keindahan bentuk, warna bunga, maupun daun. Tanaman hias juga bermanfaat sebagai sumber oksigen untuk kehidupan. Menurut Aritonang (2009), penataan tanaman hias yang rapi akan membuat lingkungan lebih artistik. Selain bermanfaat untuk keindahan lingkungan, tanaman hias juga bermanfaat untuk petani dan pedagang tanaman hias sebagai sumber penghasilan serta memperluas lapangan pekerjaan.

Salah satu usaha yang mengembangkan tanaman hias sebagai sumber penghasilan yang ada di Kabupaten Pangandaran adalah usaha tanaman hias Pak Slamet yang berlokasi di Desa Pangkalan. Pak Slamet menekuni bidang tanaman hias sudah 5 tahun, namun untuk mulai berjualan melalui *online* baru berjalan 3 tahun.

Adapun jenis tanaman yang ada pada usaha ini, yaitu tanaman hias dan tanaman obat-obatan, namun yang paling banyak dikembangkan dan diusahakan adalah tanaman hias. Terdapat berbagai jenis tanaman hias yang diusahakan dengan beberapa kriteria, yaitu tanaman hias daun dan tanaman hias bunga. Ada berbagai jenis tanaman hias daun seperti, kadaka, aglonema, lidah mertua, *jewel ki aksara*, sri rejeki. Sedangkan untuk tanaman hias bunga seperti, anggrek kuku macan, anggrek rambut spesies, anggrek *pteroceras unguiculatum*, anggrek tanah *calanthe desin flora*, anggrek tanah *javanica* dan lain-lain.

Usaha tanaman hias ini tidak hanya dipasarkan secara konvensional, tetapi juga secara *online* melalui digital *Marketplace*. Digital *Marketplace* adalah salah satu usaha yang digunakan untuk memasarkan produk secara *online* yang bertujuan untuk menjangkau lebih banyak konsumen

maupun calon konsumen (Hendriadi, Sari dan Padilah, 2019).

Salah satu jenis Digital *Marketplace* yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha rumahan adalah *e-commerce*. *E-commerce* yang digunakan dalam usaha ini adalah *shopee*, *lazada* dan *tokopedia*. Tujuan dilakukannya penjualan secara *online*, yaitu pembeli bisa lebih menghemat waktu dan tenaga karena tidak perlu pergi keluar, pembeli bisa mendapatkan banyak promo, pembeli bisa membandingkan harga antar toko, dan lain-lain. Oleh karena itu, pemasaran tanaman hias yang dijual secara *online* lebih laku dibandingkan dengan penjualan konvensional/*offline*.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto (2006), deskriptif kuantitatif merupakan metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu keadaan secara objektif dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data hingga hasil.

Sedangkan untuk metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Nazir (2011),

studi kasus merupakan suatu penelitian dengan penjelasan yang lebih mendalam mengenai aspek yang diteliti dengan karakteristik tertentu dari objek penelitian.

### Operasionalisasi Variabel

1. Biaya total merupakan jumlah keseluruhan pengeluaran antara biaya tetap dan biaya variabel, dinyatakan dalam satuan rupiah/ bulan (Rp/ bulan).
2. Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tetap jumlah pengeluarannya karena tidak dipengaruhi besar kecilnya produksi yang diperoleh. Meliputi biaya, pajak bangunan dan penyusutan alat, dinyatakan dalam satuan rupiah/ bulan (Rp/ bulan).
3. Biaya variabel merupakan biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang dihasilkan. meliputi biaya tenaga kerja, media tanam, pestisida, perawatan, listrik dan pembelian tanaman hias, dinyatakan dalam satuan rupiah/ bulan (Rp/ bulan).
4. Penerimaan merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual yang ditetapkan, dinyatakan dalam satuan rupiah/ bulan (Rp/ bulan).
5. Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan yang diperoleh dengan total pengeluaran (biaya) yang dikeluarkan dalam suatu kegiatan untuk mendapatkan produksi, dinyatakan dalam satuan rupiah/ bulan (Rp/ bulan).

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung pada pemilik usaha tanaman hias yang dijadikan sebagai responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun sesuai dengan masalah yang diteliti. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, penelitian terdahulu dan data yang dimiliki oleh usaha tanaman hias Pak Slamet.

### Teknik Penarikan Sampel

Responden dalam hal ini adalah pemilik usaha dan tenaga kerja pada usaha tanaman hias Pak Slamet. Dalam hal ini teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling (judgement)*. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* merupakan penentuan sampel dengan dilakukannya pertimbangan tertentu.

### Rancangan Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis biaya, analisis penerimaan dan analisis pendapatan.

#### 1. Analisis biaya

Menurut Hansen dan Women (2019) biaya merupakan pengeluaran yang

dikorbakan untuk memperoleh suatu produk barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat untuk sekarang maupun di masa yang akan datang. Untuk menghitung biaya total (*Total Cost*) diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya tetap (*Fixed Cost/FC*) dengan biaya variabel (*Variable Cost*).

Menurut Dewanti dan Sudarman (2001), rumus yang digunakan untuk menghitung biaya adalah sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

dimana:

$$TC = \text{Total Biaya} / \text{total cost}$$

$$FC = \text{Biaya Tetap} / \text{fixed cost}$$

$$VC = \text{Biaya Variabel} / \text{variable cost}$$

#### 2. Analisis penerimaan

Menurut Soekartawi (2006) penerimaan usahatani adalah hasil perkalian antara jumlah produksi dengan harga jual satuan produk. Menurut Samuelson dan Nordhaus (2003), rumus yang digunakan untuk menghitung total penerimaan adalah sebagai berikut:

$$TR = P \cdot Q$$

Dimana:

$$TR = \text{Total Penerimaan}$$

$$P = \text{Harga Tanaman}$$

$$Q = \text{Jumlah Tanaman}$$

#### 3. Analisis pendapatan

Pendapatan dalam usahatani merupakan selisih antara total penerimaan yang diperoleh dengan total pengeluaran

(biaya) yang dikeluarkan dalam suatu kegiatan untuk mendapatkan produksi.

Menurut Boediono (1999), rumus yang digunakan untuk mengetahui pendapatan adalah sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

$\pi$  = pendapatan

TR = *Total revenue* (penerimaan total)

TC = *Total cost* (biaya total)

### Tempat dan Waktu Penelitian

#### 3.6 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di usaha tanaman hias Pak Slamet. Lokasi penelitian ditentukan secara (*purposive*) sengaja dengan pertimbangan merupakan usahatani tanaman hias paling lama berdiri yang berada di Desa Pangkalan. Adapun waktu dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut :

- Tahap persiapan, dilaksanakan pada bulan April 2022.
- Tahapan pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2022.
- Pengelolahan data dilaksanakan pada bulan Juni – Juli 2022.
- Tahapan penulisan penelitian, dilaksanakan pada bulan Agustus 2022 sampai selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini sebanyak 1 orang, yaitu Pak Slamet sebagai pemilik usaha tanaman hias yang berlokasi di Desa Pangkalan Kecamatan Langkaplancar.

### Usia Responden

Umur atau usia adalah faktor yang mempengaruhi terhadap keberhasilan dalam melakukan suatu kegiatan usaha dan juga akan berpengaruh terhadap kemampuan fisik dalam bekerja dan cara berfikir. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui usia responden pada pemilik usaha tanaman hias adalah 35 tahun, hal tersebut bisa dikatakan dalam usia produktif dalam menjalankan usahatani tanaman hias.

### Pengalaman Usaha Responden

Pengalaman dalam usahatani merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keterampilan, kecekatan dan perilaku petani tanaman hias dalam mengelola permasalahan dalam usahatannya.

Pengalaman usahatani dari responden yaitu 5 tahun, namun untuk memulai berjualan melalui *online* baru berjalan 3 tahun.

### Usaha Tanaman Hias

1. Media Tanam untuk Tanaman Hias

Media tanam yang digunakan untuk tanaman hias ada berbagai macam media, seperti akar kadaka, pakis cacah, pakis lempeng, daun kaliandra kering, daun bambu kering dan tanah biasanya digunakan untuk tanaman hias seperti tanaman lidah mertua, tanaman talas talasan, tumbuhan paku. Sedangkan untuk media tanam anggrek menggunakan pakis cacahh atau sabut kelapa untuk digunakan sebagai media tanamnya.

## 2. Cara Mendapatkan Tanaman Hias

Tanaman hias didapatkan bukan dengan cara budidaya tanaman, melainkan dengan mencari ke dalam hutan, selain itu pemilik usaha juga sering membeli tanaman hias ke sesama pedagang tanaman hias untuk memenuhi permintaan konsumen.

## 3. Konsumen Tanaman Hias

Penjualan tanaman hias ini memiliki 2 sistem, yaitu sistem pemasaran *online* yang memiliki jangkauan target konsumennya lebih luas, karena sistem pemasaran *online* menerapkan metode *digital marketing* sehingga mampu menjangkau lebih banyak konsumen tidak hanya lokal namun hingga ke berbagai daerah, sedangkan untuk sistem pemasaran *offline* jangkauan konsumennya terbatas, karena hanya menjangkau konsumen di satu daerah saja. Biasanya konsumen akan

datang langsung ke lokasi usaha tanaman hias untuk mencari barang yang diinginkan.

## Biaya Usaha Tanaman Hias

No	Jenis Biaya	Konvensional	E-commerce
1	<b>Biaya Tetap</b>		
	Penyusutan Alat	37.638	59.917
	Upah tenaga kerja	1.820.000	1.820.000
	PBB	7.250	7.250
	<b>Biaya Tetap Total</b>	<b>1.864.888</b>	<b>1.887.167</b>
2	<b>Biaya Variabel</b>		
	Perawatan tanaman hias	1.104.050	1.104.050
	Alat Paking	-	1.310.000
	Transportasi	300.000	300.000
	Listrik	50.000	50.000
	<b>Biaya Variabel Total</b>	<b>1.454.050</b>	<b>2.764.050</b>
3	<b>Biaya Total</b>	<b>3.318.938</b>	<b>4.651.217</b>

Tabel 7 menunjukkan bahwa biaya total yang dikeluarkan untuk pemasaran konvensional sebesar Rp 3.318.938,- dan untuk biaya pemasaran *e-commerce* sebesar Rp 4.651.217/ bulan. Upah tenaga kerja pada usaha tanaman hias ini sama, karena hanya memiliki 2 tenaga kerja yang saling membantu dalam setiap sistem pemasaran. Kemudian untuk biaya variabel seperti biaya perawatan, listrik dan

transportasi memiliki rincian biaya yang sama, karena alat-alat yang digunakan dipakai bersama antara sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce*.

### Penerimaan Usaha Tanaman Hias

Penerimaan usaha tanaman hias dengan sistem pemasaran konvensional pada saat penelitian adalah senilai Rp 8.599.500. Penerimaan yang didapat pemilik tanaman hias dihasilkan dari harga tanaman hias dikali jumlah tanaman hias yang dibeli konsumen.

Sedangkan penerimaan dengan sistem pemasaran *e-commerce* sebesar Rp 12.023.000. Dalam sistem pemasaran secara *online* pemesanan lebih banyak karena jangkauan pasar lebih luas, sehingga konsumen lebih banyak yang melihat dan memesan tanaman hias. Pada sistem pemasaran *e-commerce* tanaman hias yang paling banyak diminati adalah lidah mertua yang dijual dengan harga Rp 6.000/ pot, selain harganya yang murah tanaman hias ini juga banyak memiliki manfaat.

### Pendapatan Usaha Tanaman Hias

No	Uraian	Konvensional	<i>E-commerce</i>
1	Penerimaan	8.599.500	12.023.000
2	Biaya Total	3.318.938	4.651.217
	<b>Pendapatan</b>	<b>5.280.562</b>	<b>7.371.783</b>

Pendapatan usaha tanaman hias untuk sistem pemasaran konvensional adalah sebesar Rp 5.280.562 dan untuk sistem pemasaran *e-commerce* adalah sebesar Rp 7.371.783. Dapat dilihat pada Tabel diatas bahwa pendapatan untuk sistem pemasaran konvensional lebih kecil dibandingkan dengan pemasaran *e-commerce*, karena untuk penjualan konvensional hanya menjangkau konsumen di satu daerah saja. Sedangkan untuk sistem pemasaran online menerapkan metode digital marketing sehingga mampu menjangkau lebih banyak konsumen tidak hanya lokal namun hingga ke berbagai daerah.

### Komparasi Pendapatan dengan Sistem Pemasaran Konvensional dan *E-commerce*

No	Uraian	Konvensional	<i>E-commerce</i>
1	<b>Pendapatan</b>	<b>5.280.562</b>	<b>7.371.783</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan antara sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce* dengan pendapatan konvensional sebesar Rp 5.280.562 dan pendapatan *e-commerce* sebesar Rp 7.371.783 yang menunjukkan bahwa pendapatan untuk sistem pemasaran *e-commerce* lebih besar dibandingkan dengan sistem pemasaran konvensional.

Perbedaan ini disebabkan karena biaya usaha tanaman hias pada sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce* hampir sama, namun untuk penerimaan pada sistem *e-commerce* lebih besar dibandingkan dengan sistem konvensional sehingga menyebabkan perbedaan tingkat pendapatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Penerimaan yang dihasilkan dari sistem pemasaran konvensional sebesar Rp 8.599.500/ bulan dan untuk penerimaan dengan sistem *e-commerce* sebesar Rp12.023.000/ bulan. Kemudian untuk pendapatan yang dihasilkan pada sistem pemasaran konvensional sebesar Rp 5.280.562/ bulan dan untuk sistem pemasaran *e-commerce* sebesar Rp 7.371.783/bulan.
2. Berdasarkan hasil penerimaan dan pendapatan terlihat bahwa terdapat perbandingan pendapatan antara sistem pemasaran konvensional dan *e-commerce* yang dimana penerimaan dan pendapatan untuk sistem pemasaran *e-commerce* lebih besar dibandingkan dengan sistem konvensional, hal ini menunjukkan bahwa penjualan secara *online* lebih

produktif dibandingkan dengan penjualan konvensional.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas perlu adanya pelatihan dan pengembangan pemasaran dengan sistem *e-commerce* yang diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha tanaman hias untuk menjangkau lebih banyak konsumen melalui peran pemasaran *online*. Kemudian untuk harga jual antara sistem pemasaran *e-commerce* dan konvensional sebaiknya memiliki perbedaan harga yang cukup jauh, karena untuk pemasaran *online* memiliki resiko yang lebih tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias (Studi Kasus Pada Naten Flower Shop Kota Samarinda). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Pembangunan* 14(1): 46-58
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, 1-10.
- Aritonang. 2009. *Peramalan Bisnis*. Ghalia, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta. Jakarta:



- Azhari, F. Q. *Analisis pendapatan usaha tanaman hias studi kasus usaha rumah tangga dansha florist Kec. Pacet, Cianjur* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Boediono, D. R. (1999). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*. BPFE, Edisi, 2. Yogyakarta:
- Dewanti, R., & Sudarman, A. (2001). *Pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta:: Suatu penerapan model rasio pertumbuhan*. Universitas Gadjah Mada. [Yogyakarta]:
- EBK, Z. I., Harisudin, M. dan Sundari, M.T. *Analisis Pendapatan Usaha Penjualan Tanaman Hias Di Kota Surakarta*. *Agrista*, 7(1).
- Evinola. 2019. *Mengenal Ruang Lingkup Tanaman Hias*. Penerbit Uwais Inspirasi Indonesia. Ponorogo:
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen (2019). *Akuntansi manajerial*, edisi 8 buku 1. Salemba Empat Jakarta:
- Hasanah, N. 2017. Analisis Pengaruh Harga terhadap Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias pada CV Paris Garden Medan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis* 12(1): 177-185
- Hernanto, F. 1993. *Ilmu Usaha Tani*. PT. Penebar Swadaya. Jakarta
- Hendriadi, A. A., Sari, B. N. and Padilah, T. N. (2019) 'Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang', *J-Dinamika*, 4(2), pp. 120– 125.
- Mulyadi (2016). *Akuntansi Biaya*. UPP-STIM YKPN. Yogyakarta:
- Mursito, Bambang, dan Heru Prihmantoro. 2011. *Tanaman Hias Berkhasiat Obat*. Penebar Swadaya. Depok:
- Mutakabbir, E. A., & Duakaju, N. N. (2019). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Tanaman Hias di Kota Samarinda. *Jurnal Agribisnis dan Komunikasi Pertanian (AKP)*, 2(1), 25-34.
- Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nuraeni, S. D., & Suryawardani, B. (2017). Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2017. *Proceedings of Applied Science*, 3(2).
- Putra, E. A. (2016). Anak Berkesulitan Belajar Di Sekolah Dasar Se-Kelurahan Kalumbuk Padang (Penelitian Deskriptif Kuantitatif). *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus*, 4(3).
- Rahim, A. Dan Diah R. D. H. 2008. *Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Cetakan Kedua. Penebar Swadaya. Jakarta:
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. D. (2003). *Ilmu Mikroekonomi*, terj. Nur Rosyidah, Anna Elly Dan BoscoCarvallo. PT Media Global Edukasi, Jakarta.
- Situmorang dkk. 2014. "Pelaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias di

- Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.” *Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung*. JIIA, Volume 2 No. 1
- Soekartawi.2006. *Analisis usahatani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta:
- Soekarwati. A. S. 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil direktorat Jenderal pendidikan Tinggi Departemen dan kebudayaan* Penerbit. Universitas Indonesia. Cetakan ketiga. Jakarta:
- Soekartawi, et. all. 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Perkembangan Petani Kecil*. UI-Press, Jakarta :
- Sudarmono, A. S. 1997. *Tanaman Hias Ruangan : Mengenal dan Merawat*. Kanisius. Yogyakarta :
- Sugiyono, (2017): *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung:
- Sujarweni, V.Wiratna (2019). *Akuntansi biaya teori & penerapannya*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta :
- Sundari, M. T. 2011. Analisis dan Pendapatan Usahatani Wortel di Kabupaten Karanganyer. *Jurnal Sepa*. Vol. 7 No. 2 Hal. 119-126.
- Supiani, S., & Sinaini, L. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Tanamn Hias (Studi kasus UD. Rahma Nurseri di Desa Bangunsari Kabupaten Muna). *Paradigma Agribisnis*, 3(1), (1-6).
- Suratiyah, Ken. 2016. *Ilmu Usahatani Edisi Revisi*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Wenda, E., Kapantow, G. H., & Sendow, M. M. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias “Getsemani” Di Kelurahan Taas Kecamatan Tikala, Kota Manado (Income Analysis of “Getsemani” Ornamental Plant Business in Taas, Tikala District, Manado City). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 3(2), 276-284