

**DAMPAK PEMASARAN *ONLINE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN  
PETANI BUNGA POTONG MAWAR DI DESA GUNUNGSARI**

*(The Impact Of Online Marketing On Increased Income Of Rose Cut Flower Farmers At  
Gunungsari Village)*

Ferril Nurhidayat<sup>1</sup>, Gunawan<sup>2</sup> dan Hamyana<sup>3</sup>

Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

Email : [ferrilnh@gmail.com](mailto:ferrilnh@gmail.com)

Diterima ....., disetujui .....

**ABSTRAK**

Pemasaran *online* merupakan media yang digunakan untuk memasarkan produk atau jasa melalui internet. Penelitian ini dilakukan di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan pendapatan petani bunga potong mawar sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dan mengetahui pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan analisis data Uji *Paired Sample T-test* dan Uji Regresi Linier Sederhana dengan bantuan program komputer SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan (1) Terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online* berdasarkan hasil Uji *Paired Sample T-test* didapatkan nilai sig sebesar  $0,00 < 0,05$ . (2) Terdapat pengaruh variabel pemasaran *online* secara signifikan terhadap variabel peningkatan pendapatan berdasarkan nilai signifikansi (sig) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $11,552 >$  nilai t tabel 1,995.

*Kata kunci: Analisis pengaruh, analisis perbedaan, Pemasaran online, pendapatan, petani bunga potong mawar*

**ABSTRACT**

*Online marketing is a media used to market products or services via the internet. This research was conducted in Gunungsari Village, Bumiaji District, Batu City. The purpose of this research is to determine the differences in income of rose cut flower farmers before and after using online marketing and know the effect of online marketing on increased income. This research method is quantitative using Paired Sample T-test data analysis and Simple Linear Regression Test analysis using the SPSS 20 software. The results showed that (1) There is a significant difference between income before and after using online marketing based on the results of the Paired Sample T-test analysis, the sig value is  $0.00 < 0.05$ . (2) There is a significant influence between online marketing variables on income increasing variables based on a significance value (sig) of  $0.000 < 0.05$  and t value is  $11,552 >$  table t value 1,995.*

*Keywords: Influence analysis, difference analysis, online marketing, income, rose cut flower farmer*

**PENDAHULUAN**

Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji, Kota Batu merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur dengan laju perkembangan produksi bunga yang signifikan. BPS Kota Batu (2019) menunjukkan produksi bunga pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari 95,6 juta potong pada tahun 2018 naik menjadi 99,5 juta potong. Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji menjadi sentra produksi karena menghasilkan bunga potong mawar yang berkualitas.

Petani bunga potong mawar sebelumnya menerapkan pemasaran secara konvensional, permasalahan seperti harga jual yang rendah, kurangnya promosi, dan cakupan konsumen yang diperoleh tidak luas. Sebagian besar cakupan konsumen berasal dari orang-orang yang sudah datang ke lokasi pasar. Hadirnya teknologi pemasaran *online* pada petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu sangat memudahkan petani dalam hal melakukan pemasaran, promosi produk, penjualan dan meningkatkan harga jual. Namun penerapan yang belum sepenuhnya maksimal pada media pemasaran *online*. Sehingga perlu diadakan penelitian perbandingan pendapatan usahatannya, apakah ada perbedaan pendapatan sebelum menggunakan

pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* apakah penggunaan pemasaran online berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan pendapatan tani bunga potong mawar sebelum menggunakan pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dan menganalisis pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di desa Gunungsari. Pemasaran *online* merupakan bentuk usaha yang digunakan suatu perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa yang dimiliki, serta dapat digunakan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui media internet (Andirfa, 2009).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur pada bulan April hingga Juli 2020. Alasan dari pemilihan lokasi dan ketertarikan peneliti untuk penelitian pada petani bunga potong mawar ini adalah dikarenakan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji ini menjadi sentra produksi bunga potong mawar dan Kota Batu memiliki program Smart City yang membuat sebuah aplikasi Among Tani yang berfungsi sebagai alat pemasaran produk-produk pertanian dari petani langsung kepada konsumen. Populasi pada penelitian ini sebanyak 240 petani ialah seluruh petani bunga potong mawar yang tercantum dalam RDKK dan Data Pengguna Aplikasi Among Tani di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin yang bertujuan untuk mengetahui jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga didapatkan jumlah sampel penelitian sebanyak 70 orang.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner terbuka untuk dapat melihat dan menganalisis pendapatan usaha tani sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dan menggunakan kuesioner tertutup untuk melihat pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan. Untuk menganalisis pendapatan usaha tani bunga potong mawar sebelum menggunakan pemasaran online dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}TC &= FC + VC \\TR &= Y \cdot Py \\Pd &= TR - TC\end{aligned}$$

Keterangan :

- TC = Biaya total (total cost) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)
- FC = Biaya Tetap (fixed cost) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)
- VC = Biaya tidak tetap (variable cost) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)
- TR = Penerimaan total (total revenue) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)
- Y = Jumlah Produksi (quantity) bunga potong mawar (Rp/1000 m<sup>2</sup>)
- Py = Harga produksi (price) bunga potong mawar (Rp/Kg)

Kemudian dilakukan Uji *Paired Sample T-test* dengan menggunakan program komputer SPSS 20 untuk mengetahui perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran *online*. Kuesioner tertutup digunakan untuk melihat pengaruh pemasaran *online* terhadap peningkatan pendapatan dengan alat uji analisis Uji Regresi Linier Sederhana dengan persamaan umum berikut :

$$Y = a + \beta X + e$$

Keterangan :

- Y = Return Saham
- a = Konstanta
- $\beta$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen
- X = EVA (*Economic Value Added*)
- e = Kesalahan dalam memprediksi nilai Y, diberi nilai X (tidak ditampilkan dalam kebanyakan persamaan regresi)

Adapun hipotesis dalam penelitian ini ialah studi pengaruh variabel pemasaran *online* terhadap variabel Peningkatan Pendapatan ialah:

- $H_0$  = Pemasaran *online* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong tanaman hias mawar
- $H_1$  = Pemasaran *online* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong tanaman hias mawar

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur responden dalam penelitian menggambarkan kematangan pemikiran petani dalam melakukan kegiatan usahatani. Umur dapat menjadi penentu respon responden dalam penerimaan teknologi baru dan bagaimana responden mengelola peluang usaha dalam bidang pertanian. Responden merupakan petani bunga potong mawar yang sudah menggunakan pemasaran online.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	25-35	11	16%
2	36-45	15	21%
3	46-55	22	31%
4	56-65	20	29%
5	66-75	2	3%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Dari tabel 1 di atas menunjukkan bahwa jumlah terbesar responden ialah pada interval 46-55 sebanyak 22 orang dengan persentase 31%. Ditinjau dari karakteristik responden berdasarkan usia, hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap pemilihan media yang akan digunakan pada saat penyuluhan.

### Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan proses yang harus dilalui seseorang untuk dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap seseorang. Semakin rendah pendidikan yang dimiliki responden penyerapan teknologi baru juga akan terlambat dikarenakan intelegensi daya pikir dan kemampuan kognitif yang rendah. Menurut pendapat ahli tingkat pendidikan responden akan mempengaruhi kemampuan responden untuk menerima inovasi yang diberikan (Mardikanto, 2014). Distribusi responden berdasarkan pendidikannya tersaji dalam tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD/Sederajat	18	26%
2	SMP/Sederajat	14	20%
3	SMA/Sederajat	26	37%
4	Perguruan Tinggi	12	17%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa petani bunga potong mawar memperoleh pendidikan formal, sebagian besar masyarakat didominasi oleh lulusan SMA (Sekolah Menengah Atas) sejumlah 26 orang dengan persentase sebesar 37%. Responden lulusan SD (Sekolah Dasar) sebanyak 18 orang dengan persentase 26%, responden lulusan SMP (Sekolah Menengah Pertama) sebanyak 15 orang dengan persentase 20%, dan lulusan perguruan tinggi sebagai minoritas hanya sejumlah 12 orang dengan persentase 17%. Rendahnya pendidikan responden dengan usia produktif dapat berdampak pada rendahnya tingkat produktifitas kerja dan lambatnya penerimaan adopsi inovasi teknologi baru.

### Responden Berdasarkan Luas Kepemilikan Lahan

Keadaan luas lahan akan mempengaruhi tingkat produksi petani bunga potong. Untuk usahatani bunga potong petani biasanya tidak memerlukan lahan yang luas seperti usahatani tanaman

pangan. Pada lahan sekarang yang sempit saja tanaman bunga potong mawar sudah bisa dikembangkan. Luas lahan yang ditanami bunga potong mawar dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
100 - 500	13	19%
501 - 1000	34	49%
1001 - 1500	10	14%
1501 - 2000	13	19%
Jumlah	70	100%

Sumber: data diolah 2020

Dari Tabel 3 diperoleh data bahwa petani responden memiliki lahan yang relative sedang berkisar antara 501-1000 m<sup>2</sup>. Usahatani ini dapat dikembangkan pada lahan yang kecil karena jarak tanamnya hanya 5 x 5 cm.

### Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani

Lama usaha tani merupakan lama waktu petani dalam menjalankan usahatani, semakin lama waktu yang dilalui maka semakin berpengalaman seseorang dalam kegiatan usahatani. Pengalaman diperoleh seseorang dari kegiatan sehari-hari atau kejadian yang pernah mereka alami sehingga menentukan pandangan seseorang dalam menyelesaikan masalah dan menghitung kebutuhan usahatani melalui pengalaman yang diperoleh.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha Tani

No	Lama Usaha Tani	Jumlah	Persentase
1	1-10 Tahun	11	16%
2	11-20 Tahun	15	21%
3	21-30 Tahun	22	31%
4	>30 Tahun	22	31%
	Jumlah	70	100%

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa lama usaha tani yang dimiliki petani bunga potong mawar cukup beragam, dengan menggunakan pebagian data dari instrument kuesioner yang diintervalkan. Distribusi responden berdasarkan lama usaha tani dibagi menjadi empat kategori responden dengan lama usaha tani selama 21-30 tahun dan diatas 30 tahun mendominasi sejumlah sama 22 orang dengan persentase sebesar 31%.

Menurut Keyser & Leroy Westerling (2017) bahwa pengalaman responden sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pada setiap permasalahan usahatani dan mempengaruhi dalam penerimaan pengetahuan baru. Pengalaman menjadikan seseorang lebih memperhatikan secara seksama usaha tani yang dijalankan, sehingga kegiatan agribisnis yang dijalankan tidak mengalami kerugian.

### Hasil Produksi

Produksi adalah proses menggunakan sumber daya untuk menghasilkan barang dan jasa. Kualitas dan kuantitas produk akan tergantung dari input factor yang digunakan akan menurunkan kualitas, dan kuantitas produksi. Usaha peningkatan produksi sekarang ini bukan lagi semata-mata untuk peningkatan kuantitas hasil panen, tetapi ditujukan kepada peningkatan pendapatan petani. Oleh sebab itu petani sekarang lebih berorientasi terhadap harga. Produksi yang meningkat tanpa didukung oleh tingkat harga yang menguntungkan maka tidak akan memberikan jaminan bagi peningkatan pendapatan usahatani.

Tabel 5. Rata-rata Luas Lahan, Rata-rata Produksi, dan Harga Bunga Mawar

Sebelum Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>		
Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Produksi tangkai/1000m <sup>2</sup>	Harga (Rp)
1130	19.475	1500

Sesudah Menggunakan Pemasaran <i>Online</i>		
Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )	Luas Lahan (m <sup>2</sup> )
1130	1130	1130

Sumber: Data diolah 2020

Berdasarkan tabel 5 diatas, kajian produksi bunga potong mawar yang dikaji dalam penelitian ini ialah produksi dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup>, berdasarkan hasil penelitian luas lahan rata-rata petani bunga potong mawar di Desa Gunungari Kecamatan Bumiaji adalah 1130 m<sup>2</sup>, dengan rata-rata produksi dalam satu kali musim panen sebanyak 19.475 tangkai/1000 m<sup>2</sup>, dengan rata-rata harga sebelum menggunakan pemasaran online sebesar Rp. 1.500/tangkai, dan setelah menggunakan pemasaran online rata-rata harga jual menjadi naik menjadi Rp. 2000/tangkai, sebab dengan pemasaran online petani mampu menentukan harga jualnya sendiri kepada konsumen dan mampu menjual langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara tengkulak atau pemegang pasar konvensional.

### Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan petani untuk produksi selama satu musim proses produksi. Kajian biaya produksi bunga potong mawar yang dikaji dalam penelitian ini ialah biaya produksi dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup> Biaya produksi bunga potong dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Bunga Potong Mawar

Biaya Produksi	Usahatani Bunga Potong	
	Rp	%
<b>A. Biaya Tetap</b>		
Biaya Pajak Lahan	Rp97.850	0,97%
Sewa Lahan	Rp3.300.000	33%
Penyusutan alat dan bangunan	Rp540.723	5,37%
<b>Jumlah Biaya Tetap</b>	<b>Rp3.938.573</b>	<b>39,14%</b>

Sumber : data diolah 2020

Biaya Variabel	Usahatani Bunga Potong		
	Fisik	Rp	%
Pupuk	88,3 Kg	Rp1.014.335	10%
Pestisida Bubuk	80 Kg	Rp1.078.678	11%
Pestisida Cair	40 L	Rp565.678	6%
Tenaga Kerja	85,1 HOK	Rp2.555.034	25%
Bibit	18200 Btg	Rp910.000	9%
<b>Jumlah Biaya Variabel</b>		<b>Rp6.123.725</b>	<b>61%</b>
<b>Total Biaya Produksi</b>		<b>Rp10.062.298</b>	<b>100%</b>

Sumber : data diolah 2020

Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa rata-rata total biaya produksi bunga potong mawar dalam satu musim seluas 1000 m<sup>2</sup> proses produksi yang digunakan pada usahatani bunga potong mawar untuk Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu Provinsi Jawa Timur sebesar Rp. 10.062.298.

### Pendapatan

Kajian pendapatan bunga potong mawar sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran online yang dikaji dalam penelitian ini ialah pendapatan dalam satu musim tanam atau dalam waktu 5 bulan dengan luasan 1000 m<sup>2</sup>. Hasil pendapatan petani bunga potong dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Biaya produksi, penerimaan dan pendapatan

Uraian	Sebelum Pemasaran <i>Online</i>	Sesudah Pemasaran <i>Online</i>
--------	---------------------------------	---------------------------------

Biaya Produksi (Rp)	Rp10.062.298	Rp10.062.298
Penerimaan (Rp)	Rp.29.212.500	Rp.38.950.000
Pendapatan (Rp)	Rp.19.153.202	Rp.28.887.702

Sumber : data diolah 2020

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran online lebih besar dibandingkan dengan sebelum menggunakan pemasaran Online. Sesudah menggunakan pemasaran Online rata rata penerimaan petani sebesar Rp. 38.950.000 dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 28.887.702. Penerimaan maupun pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran Online lebih tinggi dibanding sebelum menggunakan pemasaran Online. Hal tersebut terjadi karena sesudah menggunakan pemasaran Online sumber pendapatan petani bertambah, sebab bisa langsung memasarkan kepada pelanggan tanpa melalui perantara pasar ataupun tengkulak. Sukirno (2000) menyatakan bahwa pendapatan merupakan hasil dari pendapatan dikurangi total biaya produksi.

### Hasil Uji Paired Sample T-test

Berdasarkan uji Paired Sample T-test menggunakan aplikasi SPSS versi 20 dapat diketahui bahwa nilai Sig. 2 tailed uji perbedaan pendapatan petani sebelum menggunakan pemasaran Online dengan pendapatan petani sesudah menggunakan pemasaran Online sebesar 0,000 (<0,05), H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil uji Paired Sample T-test menggunakan aplikasi SPSS versi 20 dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Paired Sample T Test  
Paired Samples Test

	Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower				Upper
Sebelum Pair Pemasaran Online - 1 Sesudah Pemasaran Online	9743978,757	623378,507	74507,983	9892618,115	9595339,399	130,778	69	,000

Sumber : data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan petani bunga potong sebelum menggunakan pemasaran Online dan sesudah menggunakan pemasaran Online sebab nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Perbedaan pendapatan tersebut dapat timbul karena setelah menggunakan pemasaran Online, sumber pendapatan petani juga bertambah, bukan hanya berasal dari hasil penjualan bunga ke pasar saja, melainkan juga dari hasil penjualan langsung ke konsumen sebab promosi yang mampu menjangkau konsumen secara langsung serta harga jual yang meningkat ketika penjualan langsung menuju konsumen tanpa melalui perantara tengkulak dan pemegang pasar konvensional.

### Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Dengan analisis regresi linier sederhana dapat diketahui terdapat tidaknya pengaruh antara variabel pemasaran online terhadap variabel peningkatan pendapatan. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,592	4,043		1,383	,171
Pemasaran Online	1,042	,090	,814	11,552	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2020

Berdasarkan tabel diatas variabel Pemasaran Online mempunyai nilai koefisien regresi sederhana bernilai positif yaitu sebesar 1,042.artinya menunjukkan setiap kenaikan 1%

perkembangan dari Pemasaran Online maka Peningkatan Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1,042%. Berdasarkan uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel Pemasaran Online juga menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel yaitu  $11,552 > 1,995$  serta nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti variabel Pemasaran Online dalam penelitian ini memiliki berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan Petani bunga potong Desa Gunungsari. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Pergiwati & Ficah (2013) yang berjudul “Efektifitas Situs Pemasaran Online bagi Penjual” dimana penelitiannya menyatakan bahwa situs pemasaran Online memberikan dampak yang signifikan pada tingkat kecepatan penjualan, tingkat traffic (kunjungan), dan pendapatan. Hal tersebut membuktikan situs pemasaran Online cukup efektif bagi penjual.

Hasil penelitian ini diperkuat kembali dengan teori peningkatan neoklasik yang dikembangkan oleh M. Solow, (1988) dari Amerika Serikat dan Swan (1956) dari Australia. Model Solow-Swan menggunakan unsur peningkatan penduduk, akumulasi kapital, kemajuan teknologi dan besarnya output yang saling berinteraksi. Menurut teori ini, faktor terpenting yang mewujudkan peningkatan ekonomi bukanlah penambahan modal dan penambahan tenaga kerja. Faktor yang paling penting adalah kemajuan teknologi, penambahan kemahiran dan kepakaran tenaga kerja. Sehingga penelitian ini sejalan dengan teori yang ada, dimana pemasaran online ini memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan.

Dengan demikian Penggunaan Pemasaran Online yang digunakan oleh Petani bunga potong di Desa Gunungsari memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan setiap produsen atau petaninya, dimana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja petani di Desa Gunungsari sehingga dapat memasarkan produknya tidak hanya di daerah Kota Batu saja tetapi hingga luar Kota Batu. Dengan begitu peningkatan harga jual dan penjualan produk bunga potong yang akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan yang diperoleh karena menggunakan Pemasaran Online.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian Dampak Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Mawar di Desa Gunungsari dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat perbedaan yang signifikan antara pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online* dan sesudah menggunakan pemasaran *online* dimana rata-rata pendapatan sebelum menggunakan pemasaran *online* sebesar Rp. 19.153.202 dan sesudah menggunakan pemasaran *online* sebesar Rp. 28.887.702. Berdasarkan hasil uji paired sample t test didapatkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan pemasaran online.
2. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana dengan variabel pemasaran *online* mempunyai nilai koefisien regresi sederhana bernilai positif yaitu sebesar 0,497. Artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan dari pemasaran *online* maka peningkatan pendapatan mengalami kenaikan sebesar 0,497%. Berdasarkan uji 2 sisi pada uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel pemasaran *online* juga menunjukkan bahwa nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel yaitu  $11,552 > 1,995$  serta nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Maka diperoleh hasil bahwa pemasaran online berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani bunga potong mawar di Desa Gunungsari Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian Dampak Pemasaran *Online* Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Bunga Potong Mawar di Desa Gunungsari saran-saran ditujukan kepada pihak yang terkait yaitu:

1. Perlu adanya pendekatan lebih mandalam kepada petani untuk meningkatkan penggunaan pemasaran online guna meningkatkan penjualan, perluasan konsumen dan peningkatan pendapatan.

2. Perlu adanya materi tambahan terkait penyuluhan pemasaran online sebagai bahan materi untuk penyuluhan pertanian kedepannya.
3. Untuk penyuluh, lebih untuk memantau dan membantu serta membimbing untuk menganalisis biaya usahatani bunga potong mawar mengingat rata-rata umur dari petani sudah terbilang tua.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andirfa, M. (2009). pengaruh pertumbuhan ekonomi, PAD dan dana perimbangan dan lain-lain pendapatan yang sah terhadap pengalokasian anggaran belanja modal studi kasus pada kota pemerintah aceh. *Universitas Syah Kuala Banda Aceh*.
- Anonim. (2019). Kota Batu Dalam Angka 2019. In *Badan Pusat Statistik Kota Batu*.  
<https://doi.org/10.1016/j.adhoc.2012.05.003>
- Keyser, A., & Leroy Westerling, A. (2017). Climate drives inter-annual variability in probability of high severity fire occurrence in the western United States. *Environmental Research Letters*, 12(6). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/aa6b10>
- M. Solow, R. (1988). *Robert M. Solow's Neoclassical Growth Model: An Influential Contribution to Economics*. <https://doi.org/10.2307/3440145>
- Mardikanto. (2014). *ASPEK SUMBERDAYA MANUSIA DALAM PENGEMBANGAN AGRIBISNIS HORTIKULTURA*. Retrieved from  
<http://agritech.ump.ac.id/index.php/AGITECH/article/view/17/16>
- Pergiwati, & Ficah. (2013). EFEKTIFITAS SITUS E-COMMERCE BAGI PENJUAL (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perspektif Member Aktif Toko Bagus.Com). *UPN JATIM Institutional Repository*. Retrieved from <http://eprints.upnjatim.ac.id/4525/>
- Rahardi, F. (1997). *Agribisnis Tanaman Hias*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahardja, Prathama. Manurung, M. (2005). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar, Edisi Ketiga*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sukirno, S. (2000). *Makroekonomi Modern: perkembangan pemikiran dari klasik hingga keynesian baru*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Swan, T. W. (1956). *ECONOMIC GROWTH and CAPITAL ACCUMULATION*.  
<https://doi.org/10.1111-1475-4932.1956>