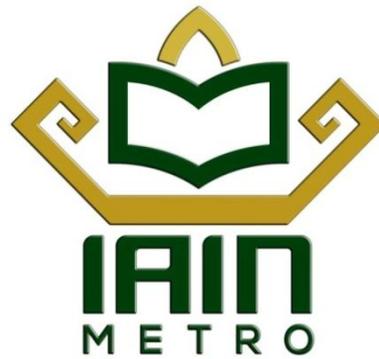


SKRIPSI

**ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA
(Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo
Metro Timur Kota Metro)**

Oleh:

**RAMA ASTRIAN MAULANA
NPM. 1804041134**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444 H/2022 M**

**ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA
(Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo
Metro Timur Kota Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

Oleh:

**RAMA ASTRIAN MAULANA
NPM. 1804041134**

Pembimbing: Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy.

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1444 H/2022 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Rama Astrian Maulana**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

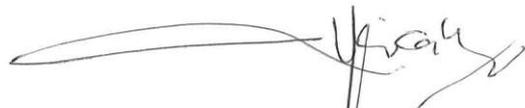
Nama : RAMA ASTRIAN MAULANA
NPM : 1804041134
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi pada PT.
Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, September 2022
Pembimbing,



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP.199106172019032015

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi pada PT.
Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)

Nama : RAMA ASTRIAN MAULANA

NPM : 1804041134

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam (IAIN) Metro.

Metro, September 2022
Pembimbing,



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP.199106172019032015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : B-4187/11-20.3/D/PP.00.9/12/2022

Skripsi dengan Judul: ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro), disusun Oleh: RAMA ASTRIAN MAULANA, NPM: 1804041134, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/18 November 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

Sekretaris : Primadatu Deswara, SKM., MPH



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK
ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM
PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA
(Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo
Metro Timur Kota Metro)

Oleh:
RAMA ASTRIAN MAULANA
NPM. 1804041134

Pemanfaatan internet terutama sebagai media perdagangan dan jual beli baik di tingkat *business-to-business* atau *business-to-customer* saat ini merupakan salah satu kebutuhan setiap perusahaan. *E-commerce* (*Electronic Commerce*) atau perdagangan secara elektronik merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis. Dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura tersebut terdapat dampak positif yang didapatkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura. Namun dibalik dampak positif *E-Commerce* tersebut terdapat dampak negatif yang dialami pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian *field research* (penelitian lapangan). Disebut penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti harus terjun langsung dan terlibat di lapangan dengan masyarakat setempat. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan dalam pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara dan juga dokumentasi.

Dari hasil penelitian, dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura berdampak positif bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura, seperti melebarnya jangkauan pemasaran produk hortikultura yang dibuktikan dengan pemasaran hingga ke luar negeri. Adanya aliran pendapatan baru yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi secara tradisional. Yang kedua, dampak penggunaan *E-Commerce* berdampak negatif bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura, seperti adanya kehilangan kepercayaan para konsumen, kesalahan faktor manusia dan adanya kesalahan sistem aplikasi kerap terjadi dalam proses menggunakan *E-Commerce*.

Kata kunci: E-Commerce, Pengembangan Bisnis

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAMA ASTRIAN MAULANA

NPM : 1804041134

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 November 2022
Yang Menyatakan,

The image shows an official stamp and a handwritten signature. The stamp is rectangular and contains the Garuda Pancasila emblem, the text 'REPUBLIK INDONESIA', 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN', 'DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN DI LINGKUNGAN KEMENTERIAN', 'METERAI TEMPEL', and the identification number '71BAKX018961588'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya: “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”. (Al-Baqarah: 286)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya, Mushab Ar-Rusydi Al-Qur'an Tajwid Pertama di Indonesia* (Jakarta: Kementerian Urusan Agama Islam, 2008), 72.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT, dengan rasa syukur dan rasa bahagia peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta Ibu Tri Marta Ningsih dan Ayah Asra'i Hendarsyah yang sangat peneliti sayangi dan cintai, yang selalu mendoakan, memberi dukungan, kasih sayang begitu luar biasa dan doanya dalam keberhasilan dalam menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kepada kakak perempuan Alva Yenica Nandavita, kakak laki-laki Cahya Astriyan Doni dan adik laki-laki Rafi Astrian Yudistira yang selalu memberikan semangat serta keluarga besarku terimakasih atas semua doanya dan nasehat untukku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Kepada Pembimbing Skripsi Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy yang selalu membimbing dan membantu kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Kepada Muhammad Dzulhan Rasyidin, S.Pd selaku Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura Metro Lampung yang telah membantu dalam penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada *Happy Squad*, Hadi Megah Dermawan, Ilham Farhan Hidayatulloh, Farhan Maulana Azka, Dimas Suprayogi, Rayhan Al-faridz, Alfad Rizky Gustama dan Akbar Madani, yang terus menyemangati, menemani dan membantu. Suatu anugerah bisa bersama kalian sampai saat ini dan selalu memberikan motivasi agar dapat berwisuda bersama.
6. Kepada yang tercinta Azizah Ayu Chairunnissa atas semua motivasi, dukungan, dan semangat yang tidak ada hentinya kepada peneliti.
7. Serta Almamater Peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas ketulusan dan keikhlasannya dalam memberikan dukungan dan semangat. Terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk golongan orang-orang yang beruntung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)”. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di IAIN Metro.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setiawan, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy, selaku Pembimbing pada penelitian ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, peneliti ucapkan terimakasih semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan jasa-jasa mereka. Aamiin.

Metro, 18 November 2022
Peneliti,



Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. <i>E-Commerce</i>	12
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	12
2. Persepsi Kemudahan Penggunaan <i>E-Commerce</i>	14
3. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	14
4. Dampak Positif <i>E-Commerce</i>	17
5. Dampak Negatif <i>E-Commerce</i>	17
B. Pengembangan Bisnis	18
1. Pengertian Pengembangan Bisnis.....	18
2. Keberhasilan Bisnis	18
3. Indikator Keberhasilan Bisnis	20

C. Hortikultura	20
1. Pengertian Hortikultura	20
2. Fungsi Tanaman Hortikultura.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis dan Sifat Penelitian	22
B. Sumber Data.....	23
C. Teknik Pengumpulan Data.....	24
D. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
A. Gambaran Umum PT. Berkah Jaya Hortikultura.....	28
B. Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura	30
C. Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura	31
BAB V PENUTUP.....	37
A. Kesimpulan	37
B. Saran.....	38

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pendapatan PT. Berkah Jaya Hortikultura tahun 2018-2021	5
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Tugas
5. Surat Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-Foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad internet. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan.¹

Pemanfaatan internet terutama sebagai media perdagangan dan jual beli baik di tingkat *business-to-business* atau *business-to-customer* saat ini merupakan salah satu kebutuhan setiap perusahaan. Pemasaran digital tidak lagi menjadi hambatan bagi para pemasar dalam memasarkan barang dan jasa dengan memanfaatkan internet. Model pemasaran melalui *online*

¹Dewi Irmawati, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis," *Jurnall Ilmiah Orasi Bisnis* Edisi Ke-4 (November 2011).

shopping yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai platform internet seperti *E-commerce* jumlahnya semakin banyak.²

E-commerce (Electronic Commerce) atau perdagangan secara elektronik merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis. *E-commerce* juga merupakan salah satu cara berbelanja secara online yang memang seiring dengan kehadiran internet dalam kehidupan kita. *E-Commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet.³

Pemasaran melalui *E-Commerce* dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan cara tradisional dilihat dari berbagai sisi. Dalam dunia usaha *E-Commerce* memiliki daya tarik dan keunggulan bagi penjual maupun pembeli, misalnya dalam hal kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi, alternatif ruang lain.⁴ Dengan demikian penjualan melalui *E-Commerce* dinilai lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan cara konvensional. Bagi pebisnis, adanya *E-Commerce* dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran produknya. Dalam hal ini *E-commerce* dapat memudahkan penjual untuk menjual produk tanpa harus membuka tempat usaha, para pebisnis dapat memajang barang dagangan mereka melalui media *E-commerce*.

²Hesty Nurul utami, Iqbal fauzi, dan Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping Perspektif Pemasaran Agribisnis," *Jurnal Ecodemia* Vol.2 No.1 (2018): 136.

³Chandra Ahmadi Dan Dadang Hermawan, *E-Business Dan E-Commerce* (Yogyakarta: Andi, 2013), 35.

⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Global: Konteks Offline & Online* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), 214.

Kemudahan penggunaan menjadi hal yang dipertimbangkan penjual maupun pembeli menggunakan media *E-commerce*. Bagi penjual yang menawarkan barang atau produk yang dihasilkan melalui penggunaan *E-commerce* ini, mereka dapat menekan atau menghemat biaya iklan, dengan begitu memungkinkan harga barang yang ditawarkan menjadi lebih murah.⁵ Selain kemudahan dalam menggunakan *E-Commerce* terdapat dampak negatif dalam pengembangan bisnis melalui *E-Commerce* seperti kehilangan kepercayaan dari para konsumen, hal ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut. Kemudian, adanya kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja seperti kesalahan faktor manusia dan kesalahan sistem.⁶

Pengembangan bisnis dilakukan oleh suatu usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Yang menjadi ukuran keberhasilan bisnis dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Peningkatan omset penjualan disini dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana usaha tersebut mencapai titik impas (*break event point*), mencukupi biaya hidup, dan pendapatan yang diterima stabil atau semakin meningkat dari waktu ke waktu.⁷ Seperti yang dilakukan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura

⁵Sonia L Taneja dan Leslie A Toombs, "Putting a Face on Small Businesses: Visibility, Viability, and Sustainability the Impact of Social Media on Small Business Marketing, " *Academy of Marketing Studies Journal* 18 (2014): 248.

⁶ M. Dzulhan Rasyidin, Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, 5 Januari 2022.

⁷ Muhammad Sholeh, *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 25.

dalam mengembangkan bisnis hortikultura tersebut adanya keberhasilan bisnis dilihat dari faktor peningkatan omset penjualan.

Pemasaran produk-produk hortikultura saat ini semakin diminati baik dari perspektif pemasar maupun perspektif konsumen. Perubahan gaya hidup konsumen saat ini mengarah kepada *green buying* ataupun *green living* yang mendukung perkembangan gaya hidup sehat, lingkungan yang sehat dan bersih telah meningkatkan kebutuhan-kebutuhan seperti aktivitas berkebun dengan lahan yang terbatas seperti aktivitas *urban farming*.⁸ *Green buying* menjadi salah satu peluang pemasaran produk-produk hortikultura seperti yang dilakukan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura sebagai upaya pemenuhan kebutuhan konsumen terhadap gaya hidup modern namun mengarah pada pola hidup sehat dan ramah lingkungan dengan menanam tanaman sendiri.

PT. Berkah Jaya Hortikultura terletak di Jl. Mulia Indah No. 175 Iringmulyo Metro Timur Kota Metro. PT. Berkah Jaya Hortikultura bergerak di bidang hortikultura sejak tahun 2017 sampai sekarang, produk yang dijual oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura antara lain, tanaman hias, bibit buah-buahan serta media tanam. PT. Berkah Jaya Hortikultura mulai menggunakan *e-commerce* sejak tahun 2020 sampai sekarang, sebelum menggunakan *e-commerce* pada tahun 2017 sampai 2019 PT. Berkah Jaya Hortikultura melakukan pemasaran melalui toko *offline*. PT. Berkah Jaya Hortikultura sudah memperluas pemasaran dan penjualannya melalui *e-commerce* hingga ke pasar internasional, yaitu dengan melakukan ekspor produk hortikultura

⁸Hesty Nurul Utami, Iqbal Fauzi, Dan Akbar Firdaus, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping Perspektif Pemasaran Agribisnis," T.T., 137.

khususnya pada jenis tanaman hias ke berbagai negara, seperti Amerika Serikat (United States), United Kingdom (UK), Hong Kong, Thailand, dan Malaysia.⁹

Tabel 1.
Pendapatan PT. Berkah Jaya Hortikultura tahun 2018-2021

No.	Tahun	Pendapatan per tahun	Pendapatan rata-rata per bulan	Metode yang digunakan
1.	2018	Rp. 382.100.000,00-	Rp. 31.841.600,00-	Sebelum menggunakan <i>E-Commerce</i>
2.	2019	Rp. 382.570.000,00-	Rp. 31.880.800,00-	
3.	2020	Rp. 779.680.000,00-	Rp. 64.973.000,00-	Sesudah menggunakan <i>E-Commerce</i>
4.	2021	Rp. 731.310.150,00-	Rp. 60.942.500,00-	

Sumber: PT. Berkah Jaya Hortikultura

Tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa adanya peningkatan pendapatan sebesar 104% pada tahun 2020 setelah perusahaan menggunakan *E-Commerce* dengan jumlah pendapatan per tahun sebesar Rp.779.680.000,00- dan pendapatan rata-rata per bulan Rp.64.973.000,00- dibandingkan sebelum perusahaan menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2018 dengan pendapatan per tahun Rp. 382.570.000,00- sampai 2019 dengan pendapatan rata-rata perbulan sebesar Rp.31.880.800,00. Namun, perusahaan mengalami penurunan sebesar 6% pada tahun 2021 dengan pendapatan per tahun sebesar Rp.731.310.150,00-. Pendapatan tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan pendapatan per tahun Rp.779.680.000,00- dan pendapatan rata-rata perbulan Rp. 64.973.000,00- semenjak perusahaan mulai menggunakan *E-Commerce*.¹⁰

Dari hasil *research* yang peneliti lakukan mengenai dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura tersebut

⁹Rasyidin, Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, 5 Januari 2022.

¹⁰Rasyidin 5 Januari 2022.

terdapat dampak positif yang didapatkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura. Namun dibalik dampak positif *E-Commerce* tersebut terdapat dampak negatif dan beresiko pada perusahaan seperti, kehilangan kepercayaan dari para konsumen, hal ini karena terdapat faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut. Kemudian, adanya kerugian yang tidak terduga yang disebabkan karena kesalahan faktor manusia dan kesalahan sistem.

Penggunaan *E-Commerce* yaitu toko yang dapat diakses 24 jam, memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi, mempermudah promosi sehingga dapat membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat mengakses pasar global serta dapat memuaskan pelanggan dan tentunya dapat meningkatkan omzet penjualan. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara bahwa dampak negatif dengan adanya penggunaan *E-Commerce* yaitu apabila barang yang dipesan rusak barang bisa di cancel dan mengakibatkan adanya rugi pada ongkos kirim dan packing. Persamaannya penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang dampak penggunaan *E-Commerce*. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian yang peneliti lakukan lebih terfokus pada dampak *E-Commerce* pada pengembangan bisnis hortikultura.¹¹

Berdasarkan latar belakang yang peneliti sajikan tersebut, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dampak penggunaan *E-*

¹¹ “Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan, ‘Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar, ’ *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no.1 (30 Juni 2020)

Commerce dalam pengembangan bisnis hortikultura. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka muncul pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan hal-hal yang dapat diambil oleh pihak lain (selain peneliti) dari hasil penelitian ini. Suatu penelitian akan lebih bermakna dan bermanfaat apabila dapat menjadi pengembangan ilmu pengetahuan, maupun bagi kehidupan masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

a. Secara Teoritis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan, pengalaman, dan motivasi penulis untuk berfikir inovasi dan kreatif serta dapat melakukan kegiatan yang dapat memberi kontribusi dalam bidang bisnis.
- 2) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk menambah wawasan dan serta memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dan juga sumbangsih bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura.
- 2) Bagi masyarakat, Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi ilmiah dalam menggunakan *e-commerce* sebagai media berbelanja agar bisa menemukan *e-commerce* yang sesuai dengan harapan.

D. Penelitian Relevan

Dalam penelusuran penelitian ini yang bertema Analisis Dampak Penggunaan *E-commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura. Adapun beberapa kajian penelitian sebelumnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Nurdiansyah Kurniawan (2019) “Analisis Dampak Penggunaan Electronic Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausahawan

Di Wilayah Pabelan Kecamatan Kartasura Sukoharjo” Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis dampak penggunaan *E-commerce* terhadap Keberhasilan Usaha pada wirausahawan di wilayah Pabelan. Dari hasil penelitian bahwa potensi *E-commerce* di wilayah Pabelan dapat maju dan berkembang, hal tersebut dapat dilihat dari faktor-faktor pendukung berkembangnya *E-commerce* yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan wirausahawan. Faktor pendukung pertama adalah adanya perkembangan teknologi dan informasi di wilayah Pabelan, faktor perkembangan kedua kemudahan penggunaan terhadap *E-commerce*, faktor pendukung ketiga tidak membutuhkan modal yang besar, dan faktor pendukung kelima kenyamanan penggunaan terhadap *E-commerce*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama ingin menganalisis dampak penggunaan *e-commerce*. Perbedaannya penelitian ini lebih fokus pada wirausahawan yang ada di Pabelan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan terfokus pada pengembangan bisnis yang dilakukan PT. Berkah Jaya Hortikultura.¹²

2. Deni Arif Nugroho (2012) “Strategi Pemasaran Tanaman Hias di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: pengelolaan tanaman hias, cara mengatasi hambatan dalam usaha tani tanaman hias, mengetahui strategi pemasaran tanaman hias di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang. Metode yang digunakan kualitatif.

¹² Nurdiansyah Kurniawan, “Analisis Dampak Penggunaan Electronic Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Wirausahawan Di Wilayah Pabelan Kecamatan Kartasura Sukoharjo,” *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2019.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama meneliti bisnis tanaman dan sama-sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini mengetahui strategi yang dilakukan para petani tanaman hias dalam memproduksi tanaman sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan e-commerce yang dilakukan pedagang bibit tanaman.¹³

3. Jurnal of Economic Education and Enterpreunership Studies, Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan, “Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makasar” Penggunaan *E-Commerce* yaitu, toko yang dapat diakses 24 jam, memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi, mempermudah promosi sehingga dapat membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat mengakses pasar global serta dapat memuaskan pelanggan dan tentunya dapat meningkatkan omzet penjualan. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara bahwa dampak negatif dengan adanya penggunaan *E-Commerce* yaitu apabila barang yang dipesan rusak barang bisa di cancel dan mengakibatkan adanya rugi pada ongkos kirim dan packing. Persamaannya penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang dampak penggunaan *E-Commerce*. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian yang peneliti lakukan lebih

¹³Deni Arif Nugroho, “Strategi Pemasaran Tanaman Hias Di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang,” *Universitas Negeri Yogyakarta*, 2012.

terfokus pada dampak *E-Commerce* pada pengembangan bisnis hortikultura.¹⁴

¹⁴ Muhammad Ikhsan dan Muhammad Hasan, “Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar,” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 1, no. 1 (30 Juni 2020): 39–46.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *E-Commerce*

1. Pengertian *E-Commerce*

E-Commerce (Perdagangan Elektronik) adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet. Dari definisi ini, *E-Commerce* adalah kegiatan pembelian, penjualan dan pemasaran produk dengan memanfaatkan sistem elektronik.¹

E-Commerce dapat juga diartikan sebagai bisnis online. Dalam bentuknya *E-Commerce* adalah menjual produk kepada konsumen secara online, tapi faktanya jenis usaha apapun yang dilakukan secara elektronik adalah *E-Commerce*. Sederhananya *E-Commerce* adalah membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*.²

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah kegiatan usaha melalui elektronik yang memanfaatkan internet sebagai alat untuk menyampaikan dan mendukung berjalannya kegiatan usaha.

Berdasarkan Fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000/, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan

¹Jony Wong, *Internet Marketing For Beginners* (Elex Media Komputindo, 2013), 33.

²Brenda, Kowa Kienan, *Small Business Solutions : E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil* (Elex Media Komputindo, 2000), 4.

pembayaran terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Jual beli *online* juga sama dengan bentuk *as-salam* karena sama-sama berbentuk pemesanan yang pembayarannya dilakukan di awal.

Firman Allah SWT Q.S An-Nisaa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (An-nisa 4: 29)³

Berdasarkan ayat di atas jelas bahwa Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Dalam transaksi jual beli *online* sama halnya dengan transaksi jual beli biasa hanya medianya saja yang berbeda.

Kejujuran merupakan hal yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis *online* ini karena antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Maka dari itu kejujuran adalah kunci utama membangun kepercayaan antar konsumen dan penjual yang bertujuan untuk bertransaksi secara baik dan benar sesuai dengan aturan dalam Islam maupun hukum negara.

³Departemen Agama Republik Indonesia, “Al-hidayah Al-Qur’an Tafsir kata Tajwid” (Jakarta: Kaim, 2017), 84.

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Commerce*

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan memudahkan usaha.⁴ Persepsi kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.⁵

Bagaimana cara transaksi atau operasional berbelanja secara *online* merupakan salah satu faktor kemudahan yang berkaitan. Jika dikaitkan dengan sistem berbelanja *online*, kemudahan disini dapat diartikan bahwa pembeli merasa tidak mengalami kesulitan pada saat melakukan proses belanja online. Pembeli *online* percaya bahwa situs *online shopping* mudah pengoperasiannya, mudah dipahami, mudah dipelajari.

3. Jenis-Jenis *E-Commerce*

E-Commerce dibedakan menjadi beberapa 4 jenis berdasarkan kategori *E-Commerce*, *Business to Business* (B2B), *Business to Consumers* (B2C), *Consumer to Consumer* (C2C), dan *Customer to Business* (C2B). Dari beberapa jenis *E-Commerce* tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:⁶

⁴ Jogiyanto Hartono, *Metodologi penelitian bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, UGM, 2004), 4.

⁵ Gilang Amijaya Dan Susilo Raharjo, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)," *Universitas Negeri Yogyakarta*, 2010, 45.

⁶ Humdiana dan Indriyani E, *Sistem Informasi Manajemen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 38–59.

a. *Business to Business (B2B) Business to Business* memiliki karakteristik:

- 1) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Informasi yang dimiliki hanya ditukar dengan partner tersebut.
- 2) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format yang telah disepakati bersama
- 3) Salah satu perilaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data
- 4) Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. *Business to Consumer (B2C) Business to Consumer* memiliki karakteristik:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarikan secara umum pula dan dapat diakses secara bebas.
- 2) Servis yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka *service* diberikan dengan berbasis web.
- 3) Servis yang digunakan berdasarkan permintaan. Produsen harus siap memberikan respon sesuai dengan permintaan konsumen.
- 4) Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Dalam C2C seorang konsumen dapat menjual secara langsung barangnya kepada konsumen lainnya, atau bisa disebut juga orang yang menjual produk dan jasa satu sama lain. Contohnya adalah ketika ada perorangan yang melakukan penjualan di *marketplace* misalnya *www.olx.co.id* dan menjual properti rumah hunian, mobil, dan sebagainya. Mengiklankan jasa pribadi di internet serta menjual pengetahuan dan keahlian merupakan contoh lain C2C. Akhirnya, banyak perorangan yang menggunakan internet dan jaringan organisasi untuk mengiklankan item-item yang akan dijual atau juga menawarkan aneka jasa.

d. *Customer to Business (B2C)*

Customer to Business adalah model bisnis dimana konsumen (individu) menciptakan nilai, dan perusahaan mengkonsumsi nilai ini, sebagai contoh, ketika konsumen menulis *review*, atau ketika konsumen memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, maka individu ini adalah yang menciptakan nilai bagi perusahaan, jika perusahaan tersebut mengadopsi inputnya, sebagai contoh, *Priceline.com* merupakan situs yang memungkinkan seseorang menjual barang kepada perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana negosiasi.

4. Dampak positif *E-Commerce*

- a. *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa di temui di sistem transaksi tradisional.
- b. Dapat meningkatkan pangsa pasar (*market exposure*).
- c. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*).
- d. Melebarkan jangkauan (*global reach*).
- e. Meningkatkan *customer loyalty*.
- f. Meningkatkan *supplier management*.
- g. Memperpendek waktu produksi.
- h. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).⁷

5. Dampak Negatif *E-Commerce*

- a. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.
- b. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa mengungkap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
- c. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam.
- d. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misalkan seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan.

⁷ Ambo Aco Dan Hutami Endang, "Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, " *Jurnal Insypro (Information System And Processing)* 2, No. 1 (2017): 5.

- e. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
- f. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, atau kesalahan sistem.⁸

B. Pengembangan Bisnis

1. Pengertian Pengembangan Bisnis

Pengembangan Bisnis adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang dan menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai tujuan tertentu. Pengembangan bisnis dilakukan oleh suatu usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Yang menjadi ukuran keberhasilan bisnis dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Peningkatan omset penjualan disini dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana usaha tersebut mencapai titik impas (*break event point*), mencukupi biaya hidup, dan pendapatan yang diterima stabil atau semakin meningkat dari waktu ke waktu.⁹

2. Keberhasilan Bisnis

Pandangan seorang pebisnis dalam menjalankan bisnisnya pasti ingin memberikan hasil yang terbaik agar bisa menjadi pebisnis yang baik dan bisa terus mengembangkan bisnisnya lebih maju. Keberhasilan bisnis tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan

⁸Aco dan Endang, 5.

⁹Muhammad Sholeh, *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*, 25.

berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapapun kecilnya ukuran suatu bisnis jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai bisnisnya jelas lebih berharga daripada dari sebuah organisasi besar yang dimulai dari bergelimang fasilitas.¹⁰

Keberhasilan bisnis pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuannya. Tujuan dalam hal ini seseorang pebisnis dalam membangun dan mengembangkan usahanya pada titik tertentu sesuai yang diharapkan.¹¹

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan bisnis adalah proses seorang pebisnis dalam mencapai tujuannya yang tidak semata-merta didasarkan pada kekayaan semata, akan tetapi dalam pencapaian keberhasilan bisnis bisa dilihat dari kondisi dan keadaan yang semakin hari semakin maju dan berkembang baik dari kegiatan usahanya maupun kehidupan ekonomi yang semakin membaik.

¹⁰Ranto Basuki, "Analisis hubungan antara Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Kemandirian usaha terhadap kinerja pengusaha pada kawasan industri kecil di daerah pulogadung," *Jurnal Usahawan*, 10 (2007): 15.

¹¹Noor dan Hendry Faizal, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 46.

3. Indikator Keberhasilan Bisnis

Dalam penelitian ini menggunakan indikator keberhasilan, yaitu terdiri dari: ¹²

- a. Meningkatnya omzet.
- b. Meningkatnya volume Penjualan.
- c. Meningkatnya jumlah pelanggan dan transaksi.

C. Hortikultura

1. Pengertian Hortikultura

Hortikultura berasal dari bahasa latin, *hortus dan colere*. *Hortus* berarti kebun atau sebidang tanah yang berada di sekitar rumah yang masih dibatasi oleh pagar dan *colere* yang berarti mengusahakan (terutama mikroorganisme pada media tanam). Jadi secara harfiah, hortikultura adalah ilmu yang mempelajari pembudidayaan tanaman kebun. Lebih luas, para ahli kemudian bersepakat bahwa hortikultura adalah ilmu yang mempelajari budidaya tanaman sayuran, buah-buahan, bunga-bunga, dan tanaman hias. Pengertian tersebut didasarkan pada kecenderungan bahwa tanaman yang ditumbuhkan di sekitar rumah adalah yang tergolong jenis yang sudah disebutkan sebelumnya. ¹³

2. Fungsi Tanaman Hortikultura

Kontribusi hortikultura terhadap manusia dan lingkungan cukup besar, meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap berbagai komoditas dan produk hortikultura menyebabkan fungsi tanaman hortikultura bukan lagi

¹² Dwi Riyanti, *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian* (Jakarta: Grasindo, 2003), 28.

¹³ Zulkarnain, *Dasar Dasar Hortikultura* (Bumi Aksara, 2010), 8.

sebagai bahan pangan, tetapi juga terkait dengan fungsi-fungsi yang lain.¹⁴

Secara sederhana fungsi utama tanaman hortikultura dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- a. Fungsi penyediaan pangan, yakni terutama sekali dalam kaitannya dengan penyediaan vitamin, mineral, serat, dan senyawa lain untuk memenuhi gizi.
- b. Fungsi ekonomi, di mana pada umumnya komoditas hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi, menjadi sumber pendapatan bagi petani, pedagang, kalangan industri, dan lain-lain.
- c. Fungsi kesehatan, ditunjukkan oleh manfaat komoditas biofarmaka untuk mencegah dan mengobati berbagai penyakit tidak menular.
- d. Fungsi sosial budaya, yang ditunjukkan oleh peran komoditas hortikultura sebagai salah satu unsur keindahan atau kenyamanan lingkungan, serta perannya dalam berbagai upacara, kepariwisataan, dan lain-lain.

¹⁴ Zulkarnain, 8.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *Field Research* (Penelitian Lapangan). *Field Research* merupakan penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat.¹

Disebut penelitian lapangan (*Field Research*) karena peneliti harus terjun langsung dan terlibat di lapangan dengan masyarakat setempat. Turut merasakan apa yang masyarakat rasakan dan sekaligus mendapatkan gambaran yang tepat dan akurat tentang situasi setempat. Peneliti harus memiliki pengetahuan tentang situasi dan kondisi masyarakat yang diteliti.²

Adapun lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian yaitu di PT. Berkah Jaya Hortikultura yang beralamat di Jalan A Yani No.175 Kelurahan Iringmulyo Metro Timur Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dikarenakan penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini memfokuskan pada usaha mengungkapkan masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti, dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

¹Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Rajawali, 2008), 25.

²J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif* (Grasindo, 2010), 9

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai dampak penggunaan *E-Commerce* pada pengembangan bisnis hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

B. Sumber Data

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 macam:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli (langsung dari informan), data ini merupakan data mentah yang nantinya akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan.⁴ Data tersebut diperoleh dari wawancara menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menentukan kriteria yang sudah ditentukan kepada Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, admin marketing, konsumen *offline* 5 orang dan konsumen *online* 5 orang. Muhammad Dzulhan Rasyidin selaku pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, Ghofur dan Wahyu selaku admin marketing, konsumen

³Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), 11.

⁴Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Literasi Media Publishing, 2015), 67-68.

offline 5 orang (Dimas, Danang, Reva, Eko, Ilham) dan konsumen online 5 orang (Andy, Ayu, Zara, Nikola, Kevin).

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua setelah sumber data primer.⁵ Sumber data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada atau tidak harus terjun ke lapangan data sekunder dapat diperoleh dari buku-buku, dokumen-dokumen internet, rekaman dan referensi lainnya yang berkaitan dengan pengembangan bisnis melalui *E-Commerce* pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Berikut ini adalah teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Metode wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan secara langsung kepada sumber informasi. dengan menggunakan metode ini untuk mewawancarai pihak-pihak yang dianggap dapat memberi penjelasan data yang terkait dengan pengembangan bisnis melalui *E-Commerce* pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

⁵ S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 144-145.

Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan peneliti dengan cara wawancara semistruktur yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sedetail mungkin tetapi tetap memberikan keleluasaan kepada pihak responden untuk menjelaskan secara luas dan tidak keluar dari pertanyaan yang diajukan.⁶

Sasaran dari metode wawancara ini adalah Bapak Muhammad Dzulhan Rasyidin selaku pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, Ghofur dan Wahyu selaku admin marketing, konsumen offline 5 orang (Dimas, Danang, Ilham, Eko, Reva) dan konsumen online 5 orang (Andy, Ayu, Zara, Nikola, Kevin).

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁷ Dokumentasi pada penelitian ini berupa laporan catatan penjualan, profil perusahaan, situs-situs *e-commerce* yang digunakan pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 152.

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan dan Praktek* (Jakarta: Bina Aksara, 1989), 202.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun serta sistematis segala data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Metode berfikir yang digunakan dalam merumuskan kesimpulan akhir yaitu dengan cara berpikir induktif, dimana suatu cara berpikir yang berangkat dari masing-masing premi yang bersifat khusus kemudian ditarik kesimpulan yang berupa generalisasi atau bersifat umum.

Proses analisis data penelitian ini meliputi:

1. Pengumpulan data, yaitu penulis mengumpulkan data yang diperlukan melalui wawancara dan dokumentasi.
2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data menurut jenis dan tujuannya.
3. Penyajian data, langkah selanjutnya adalah menampilkan data agar peneliti lebih mudah memahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan pekerjaan berdasarkan apa yang telah dipahami.

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperlukan maka data akan diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat

berlaku secara umum.⁸ Dalam penelitian ini untuk menganalisis data yaitu menggunakan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan beberapa proses secara khusus dari informasi tentang bagaimana pengembangan bisnis melalui *E-Commerce* pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

⁸Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 248.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Berkah Jaya Hortikultura

1. Sejarah Singkat PT. Berkah Jaya Hortikultura

Saat pertama berdiri pada tahun 2017, PT. Berkah Jaya Hortikultura hanyalah perusahaan kecil dengan karyawan yang berjumlah tidak lebih dari 5 orang. Namun saat ini, PT. Berkah Jaya Hortikultura telah bertumbuh menjadi salah satu perusahaan hortikultura di Kota Metro yang sudah melakukan kegiatan ekspor. Menyusul perkembangan secara perlahan namun pasti dan terarah, PT. Berkah Jaya Hortikultura merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha sebagai berikut: ¹

- a. Tanaman hias
- b. Bibit buah-buahan
- c. Media tanam

Pada tahun 2020 PT. Berkah Jaya Hortikultura mencatat tonggak sejarah penting dengan peralihan sistem pemasaran dengan E-Commerce atau perdagangan secara elektronik yang sebelumnya hanya membuka toko *offline*. Saat tahun 2020, perusahaan telah berkembang menjadi sebuah usaha hortikultura dengan 15 karyawan.

Sejarah ini bermula di tahun 2020 PT. Berkah Jaya Hortikultura mulai menggunakan *E-Commerce*. Cerita bermula karena penjualan

¹“PT. Berkah Jaya Hortikultura, ” 2021.

produk hortikultura melalui toko *offline* dengan lokasi yang kurang strategis dan kurang efektif dalam hal penjualan. dikarenakan banyaknya persaingan secara penjualan langsung dan hanya memiliki sedikit pelanggan. Sehingga bapak Dzulhan mulai memikirkan bagaimana cara menjual produk hortikultura dengan *online*, sehingga beliau mulai mengembangkan bisnisnya melalui *E-Commerce*. Dengan mencoba memposting produk hortikultura di *E-Commerce* guna mendobrak penjualan, ternyata usahanya membuahkan hasil. Penjualan melalui *E-Commerce* ternyata menghasilkan penjualan yang sangat besar dibandingkan penjualan langsung. Jumlah produk yang terjual sangat banyak dibandingkan penjualan langsung, selain itu harga pasaran produk hortikultura secara *online* lebih tinggi.

Dibawah kepemimpinan dan profesionalisme tim manajemen dan sinergi karyawan. Perusahaan terus bertumbuh pesat untuk memasuki pasar-pasar baru, baik domestik maupun luar negeri.

2. Visi & Misi PT. Berkah Jaya Hortikultura

a. Visi Perusahaan

Memenuhi permintaan dan kebutuhan akan produk-produk hortikultura, di pasar domestik dan di luar negeri, dengan menawarkan solusi yang inovatif dan berkualitas.

b. Misi perusahaan

- 1) Ikut berpartisipasi dalam meningkatkan kemakmuran kehidupan perekonomian daerah yang dikembangkan secara serasi dan seimbang dalam satu kesatuan perekonomian nasional.

- 2) Menghasilkan produk yang berkualitas tinggi bagi pelanggan.
- 3) Melakukan optimalisasi pemanfaatan aset untuk memberikan imbal hasil terbaik.

B. Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura

PT. Berkah Jaya Hortikultura bergerak di bidang hortikultura sejak tahun 2017 sampai sekarang, produk yang dijual oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura antara lain, tanaman hias, bibit buah-buahan serta media tanam. PT. Berkah Jaya Hortikultura mulai menggunakan *E-Commerce* sejak tahun 2020 sampai sekarang, sebelum menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2017 sampai 2019 PT. Berkah Jaya Hortikultura melakukan pemasaran melalui toko *offline*.

E-Commerce atau perdagangan secara elektronik merupakan *metode marketing* yang digunakan PT. Berkah Jaya Hortikultura dalam mengembangkan bisnis, PT. Berkah Jaya Hortikultura memilih beberapa *E-Commerce* yang mendukung pengembangan bisnis perusahaan diantaranya, *Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram, dan Website*. PT. Berkah Jaya Hortikultura sudah memperluas pemasaran dan penjualannya melalui *E-Commerce* hingga ke pasar internasional, yaitu dengan melakukan ekspor produk hortikultura. Penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis terdapat dampak positif maupun negatif yang didapatkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura.

Pengembangan bisnis menggunakan *E-Commerce* merupakan suatu bentuk usaha PT. Berkah Jaya Hortikultura agar dapat berkembang dan menjadi lebih baik lagi dalam mencapai tujuan keberhasilan bisnis.

C. Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura

Dampak penggunaan *E-Commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura tersebut terdapat dampak positif yang didapatkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura. Namun dibalik dampak positif *E-Commerce* tersebut terdapat dampak negatif dan beresiko pada perusahaan.

Dampak penggunaan *E-Commerce* terhadap PT. Berkah Jaya Hortikultura sangat berpengaruh dalam proses pengembangan bisnis. Dengan penggunaan *E-Commerce*, perusahaan merasakan dampak positif seperti melebarnya jangkauan pemasaran produk dan peningkatan pendapatan pada tahun 2020 sejak perusahaan menggunakan *E-Commerce*, dibandingkan sebelum perusahaan menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2018 sampai tahun 2019.

PT. Berkah Jaya Hortikultura mengalami kendala dalam pengembangan bisnis melalui *E-Commerce*, seperti kehilangan kepercayaan dari para konsumen, kerugian tak terduga yang disebabkan kesalahan faktor manusia dan kesalahan sistem, merupakan dampak negatif penggunaan *E-Commerce* yang beresiko dalam proses pengembangan bisnis.

Dalam proses pengembangan bisnis, yang menjadi ukuran keberhasilan bisnis dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Maka dari

itu PT. Berkah Jaya Hortikultura menilai pemasaran melalui *E-Commerce* lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan cara tradisional atau toko *offline*. PT. Berkah Jaya Hortikultura ingin memperluas pemasaran produk hingga ke pasar ekspor.²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura, dampak penggunaan *E-Commerce* yang dirasakan PT. Berkah Jaya Hortikultura yaitu adanya *global reach* atau melebarnya jangkauan pemasaran produk hortikultura yang dibuktikan dengan pemasaran hingga ke luar negeri. Adanya *revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi secara tradisional, hal ini terjadi selama PT. Berkah Jaya Hortikultura mulai menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2020. Dalam mengembangkan bisnisnya PT. Berkah Jaya Hortikultura mengalami peningkatan pendapatan yang lebih tinggi dari sebelum menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2018 sampai tahun 2019. Namun dalam mengembangkan bisnis melalui *e-commerce* mengalami beberapa kendala yang beresiko pada proses pengembangan bisnis, seperti adanya kehilangan kepercayaan para konsumen.

Hal ini terjadi karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi PT. Berkah Jaya Hortikultura tersebut dengan cara membeli produk kemudian memberi penilaian yang buruk di kolom ulasan, hal ini sangat merugikan pihak perusahaan dan berpotensi kehilangan kepercayaan dari para konsumen

² Wawancara dengan bapak M. Dzulhan Rasyidin selaku pimpinan PT Berkah Jaya Hortikultura, 22 Juli 2022.

yang akan membeli produk PT. Berkah Jaya Hortikultura. Kesalahan faktor manusia yang kerap terjadi seperti kurang teliti dalam memeriksa produk yang akan dikemas dan memeriksa penyesuaian data penjualan. Adanya kesalahan sistem aplikasi seperti bug atau kesalahan sistem aplikasi juga kerap terjadi dalam proses menggunakan *e-commerce* hal ini dibuktikan dengan pendapatan PT. Berkah Jaya Hortikultura mengalami penurunan pada tahun 2021. Dalam mengembangkan bisnis hortikultura, PT. Berkah Jaya Hortikultura ingin mencapai tujuan yang semakin hari semakin maju dan berkembang baik, hal ini didasarkan PT. Berkah Jaya Hortikultura memutuskan untuk mengembangkan bisnisnya melalui *e-commerce*, bisa dilihat dari meningkatnya omset penjualan pada PT. Berkah Jaya Hortikultura.

Admin marketing PT. Berkah Jaya Hortikultura dalam meminimalisir kerugian yang tak terduga, melakukan proses pemeriksaan data pembelian produk dengan memperhatikan penyesuaian harga yang dipesan dan memeriksa produk yang akan dikemas apakah sesuai atau tidak dengan yang dipesan oleh konsumen secara teliti.

Dalam memasarkan produk, segmen pasar *domestic* atau pasar lokal masih menjadi pemasaran prioritas atau yang utama dituju, namun pemasaran produk secara ekspor terus dikembangkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura.³

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Admin Marketing PT. Berkah Jaya Hortikultura, kerugian yang tak terduga terjadi karena adanya kesalahan faktor manusia seperti kesalahan dalam memeriksa barang sebelum

³ Wawancara dengan bapak Wahyu dan Ghofur selaku admin marketing PT. Berkah Jaya Hortikultura, 22 Juli 2022.

dikemas. Hal ini bisa menjadi hal yang merugikan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, karena jika barang tidak sesuai dengan yang dikirim seperti jumlah barang dan harga produk yang tidak sesuai dalam memberikan harga ke konsumen dapat memberikan resiko kehilangan konsumen. Kerugian tak terduga seperti ini dapat diminimalisir oleh Admin Marketing PT. Berkah Jaya Hortikultura dengan cara memeriksa dengan teliti sebelum barang dikemas dan menyesuaikan harga yang sesuai. Segmen pasar yang dituju PT. Berkah Jaya Hortikultura adalah pasar dalam negeri (*domestic*) dan pasar internasional (*export*). Pemasaran produk di dalam negeri menjadi target utama yang dituju, karena permintaan dalam pemenuhan kebutuhan tanaman hias, bibit buah-buahan dan media tanam masih terbilang tinggi. Namun perluasan pemasaran hingga ke berbagai negara atau dalam bentuk ekspor masih terus dikembangkan dan dipromosikan di beberapa *e-commerce* internasional.

Pelayanan yang dilakukan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura terhadap konsumen dengan cara memberikan metode tanya dan jawab pada kolom pesan, hal ini memudahkan para konsumen untuk mendapatkan informasi produk yang dibutuhkan, kemudian transaksi berbelanja melalui *e-commerce* sudah cukup mudah dengan memberikan beberapa fitur cara pembayaran yang mudah bahkan bisa menggunakan sistem *cash on delivery*.

Hal yang menarik jika berbelanja di toko Berkah Jaya Hortikultura yang utama adalah praktis atau mudah, hanya dirumah saja konsumen dapat membeli dan memesan produk hortikultura melalui *e-commerce*. Kemudian

kualitas dan kuantitas produk hortikultura yang sudah berstandar internasional menjadi salah satu hal yang sangat menarik.

PT. Berkah Jaya Hortikultura memberikan garansi pada produk hortikultura sebesar 100% jika tanaman yang diterima rusak atau mati. Adanya kesalahan dalam pengemasan produk juga dapat ditukarkan atau di garansi 100%.⁴

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para konsumen PT. Berkah Jaya Hortikultura, pelayanan yang dilakukan sudah baik. PT. Berkah Jaya Hortikultura memberikan kemudahan kepada konsumen dalam bentuk informasi seperti kolom pesan tanya jawab seputar produk, cara pemesanan dan cara pembayaran. Konsumen merasa tidak mengalami kesulitan pada saat melakukan proses berbelanja di *e-commerce*. Hal menarik dari PT. Berkah Jaya Hortikultura yang pertama adalah pelayanan, pelayanan yang baik sudah diterapkan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura. Kualitas produk yang baik serta kuantitas yang baik dengan berdasarkan standar internasional membuat konsumen tertarik untuk berbelanja melalui *e-commerce* di toko Berkah Jaya Hortikultura.

Kemudian pemberian garansi penuh untuk produk hortikultura apabila tanaman ataupun produk hortikultura yang lainnya diterima dalam keadaan rusak maka akan diberikan garansi secara penuh tanpa konsumen mengeluarkan biaya tambahan, dengan catatan saat membuka paket disertakan dengan *video* pada saat *unboxing* atau membuka paket. Garansi juga dapat

⁴ Wawancara dengan bapak Eko selaku konsumen PT. Berkah Jaya Hortikultura, 22 Juli 2022.

diberikan jika adanya kesalahan dalam pengemasan, seperti jumlah ataupun harga yang tidak sesuai. Pemberian garansi merupakan salah satu untuk menjaga kepercayaan konsumen, dengan ini konsumen merasa aman dan nyaman saat berbelanja secara *online* atau menggunakan *e-commerce*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data kepustakaan maupun hasil penelitian dilapangan yang dilakukan mengenai dampak penggunaan *e-commerce* dalam pengembangan bisnis hortikultura pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro telah sesuai dengan indikator dampak penggunaan *e-commerce* dalam pengembangan bisnis. Dampak positif penggunaan *e-commerce* bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura, yaitu adanya *global reach* atau melebarnya jangkauan pemasaran produk hortikultura yang dibuktikan dengan pemasaran hingga ke luar negeri. Adanya *revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi secara tradisional, hal ini terjadi selama PT. Berkah Jaya Hortikultura mulai menggunakan *E-Commerce* pada tahun 2020. Dalam mengembangkan bisnisnya PT. Berkah Jaya Hortikultura mengalami peningkatan pendapatan yang lebih tinggi dari sebelum menggunakan *e-commerce* pada tahun 2018 sampai tahun 2019.

Dampak negatif penggunaan *e-commerce* bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura, yaitu adanya kehilangan kepercayaan para konsumen. Hal ini terjadi karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi PT. Berkah Jaya Hortikultura tersebut dengan cara membeli produk kemudian memberi penilaian yang buruk di kolom ulasan, hal ini sangat merugikan pihak

perusahaan dan berpotensi kehilangan kepercayaan dari para konsumen yang akan membeli produk PT. Berkah Jaya Hortikultura. Kesalahan faktor manusia yang kerap terjadi seperti kurang teliti dalam memeriksa produk yang akan dikemas dan memeriksa penyesuaian data penjualan. Adanya kesalahan sistem aplikasi seperti bug atau kesalahan sistem aplikasi juga kerap terjadi dalam proses menggunakan *e-commerce* hal ini dibuktikan dengan pendapatan PT. Berkah Jaya Hortikultura mengalami penurunan pada tahun 2021.

B. Saran

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan, pengalaman, dan motivasi penulis untuk berfikir inovasi dan kreatif serta dapat melakukan kegiatan yang dapat memberi kontribusi dalam bidang bisnis.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk menambah wawasan dan serta memberikan kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.
3. Bagi perusahaan, PT. Berkah Jaya Hortikultura supaya mempertahankan dan meningkatkan lagi jangkauan pemasaran terutama dalam kegiatan ekspor, meningkatkan lagi pelayanan yang profesional dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dan juga sumbangsih bagi PT. Berkah Jaya Hortikultura.
4. Bagi masyarakat, Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi ilmiah dalam menggunakan *e-commerce* sebagai media berbelanja agar bisa menemukan *e-commerce* yang sesuai dengan harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, Ambo, Dan Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *Jurnal INSYPRO (Information System And Processing)* 2, No. 1 (2017).
- Ahmadi, Chandra, Dan Dadang Hermawan. *E-Business Dan E-Commerce*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Amijaya, Gilang, Dan Susilo Raharjo. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)." *Universitas Negeri Yogyakarta*, 2010.
- Arif Nugroho, Deni. "Strategi Pemasaran Tanaman Hias Di Dusun Bojong Desa Giyanti Kecamatan Candimulyo Kabupaten Magelang." *Universitas Negeri Yogyakarta*, 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Pendekatan Dan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Basuki, Ranto. "Analisis Hubungan Antara Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Kemandirian Usaha Terhadap Kinerja Pengusaha Pada Kawasan Industri Kecil Di Daerah Pulogadung, " *Jurnal Usahawan*, 10 (2007).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya, Mushab Ar-Rusydia*l-Qur'an Tajwid Pertama Di Indonesia. Jakarta: Kementerian Urusan Agama Islam, 2008.
- Departemen Agama Republik Indonesia. "Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Kata Tajwid." Jakarta: Kaim, 2017.
- Hartono, Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, UGM, 2004.
- Humdiana, Dan Indriyani E. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Ikhsan, Muhammad, Dan Muhammad Hasan. "Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar." *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies* 1, No. 1 (30 Juni 2020).
- Irmawati, Dewi. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis." *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Edisi Ke-4* (November 2011).

- Kienan, Brenda, Kowa. *Small Business Solutions: E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil*. Elex Media Komputindo, 2000.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989.
- Muhammad Ikhsan Dan Muhammad Hasan, 'Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar,' *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Studies* 1, No. 1 (30 Juni 2020).
- Muhammad Sholeh. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Noor, Dan Hendry Faizal. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Nurul Utami, Hesty, Iqbal Fauzi, Dan Akbar Firdaus. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping Perspektif Pemasaran Agribisnis." *Jurnal Ecodemia* Vol.2 No.1 (2018).
- Riyanti, Dwi. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo, 2003.
- S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian (Literasi Media Publishing, 2015)*.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Akfabeta, 2012.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Rajawali, 2008.
- Taneja, Sonia L, Dan Leslie A Toombs. "Putting A Face On Small Businesses: Visibility, Viability, And Sustainability The Impact Of Social Media On Small Business Marketing." (*Academy Of Marketing Studies Journal* 18 (2014).
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Global: Konteks Offline & Online*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012.
- Wong, Jony, *Internet Marketing For Beginners*. Elex Media Komputindo, 2013.
- Zulkarnain, *Dasar Dasar Hortikultura*. Bumi Aksara, 2010.
- Raco J. R, *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo, 2010.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nomor : b-2566/In.28.1/J/TL.00/07/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Alva Yenica Nandavita (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RAMA ASTRIAN MAULANA**
NPM : 1804041134
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari`ah
Judul : **ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Juli 2022

Ketua Jurusan,



Dharma Setyawan MA

NIP 19880529 201503 1 005

OUTLINE

ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan penelitian dan Manfaat penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II. LANDASAN TEORI

- A. *E-Commerce*
 - 1. Pengertian *E-Commerce*

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Commerce*
 3. Jenis-Jenis *E-Commerce*
 4. Dampak Positif *E-Commerce*
 5. Dampak Negatif *E-Commerce*
- B. Pengembangan Bisnis
1. Pengertian Pengembangan Bisnis
 2. Keberhasilan Bisnis
 3. Indikator Keberhasilan Bisnis
- C. Hortikultura
1. Pengertian Hortikultura
 2. Fungsi Tanaman Hortikultura

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan sifat penelitian
1. Jenis penelitian
 2. Sifat penelitian
- B. Sumber Data
1. Sumber data primer
 2. Sumber data sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
1. Wawancara
 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
1. Gambaran Umum PT. Berkah Jaya Hortikultura

2. Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura

3. Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan

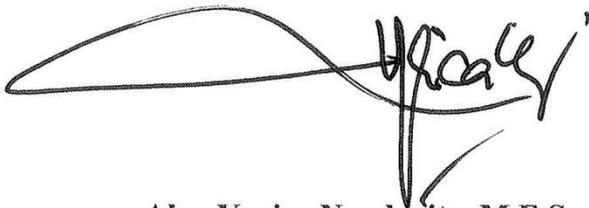
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP.199106172019032015

Metro, 06 Juli 2022
Peneliti



Rama Astrian Maulana
NPM.1804041134

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA

(Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)

A. WAWANCARA

- **Wawancara Dengan Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura**

1. Bagaimana dampak penggunaan *E-Commerce* terhadap PT. Berkah Jaya Hortikultura?
2. Apa saja kendala yang dihadapi PT. Berkah Jaya Hortikultura dalam pengembangan bisnis melalui *E-Commerce*?
3. Apa yang menjadi ukuran keberhasilan bisnis dalam pengembangan bisnis?

- **Wawancara Dengan Admin Marketing PT. Berkah Jaya Hortikultura**

1. Bagaimana cara meminimalisir kerugian yang tidak terduga?
2. Siapa saja segmen pasar yang anda tuju?

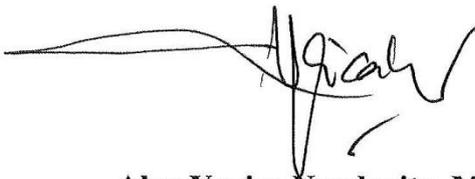
- **Wawancara Dengan Konsumen PT. Berkah Jaya Hortikultura**

1. Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh PT. Berkah Jaya Hortikultura terhadap konsumen?
2. Apa yang membuat anda tertarik membeli produk di PT. Berkah Jaya Hortikultura?
3. Apakah PT. Berkah Jaya Hortikultura memberikan garansi terhadap produk yang dijual?

B. DOKUMENTASI

1. Laporan catatan penjualan
2. Profil perusahaan
3. Situs-situs *E-Commerce* yang digunakan

Dosen Pembimbing



Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP.199106172019032015

Metro, 06 Juli 2022

Peneliti



Rama Astrian Maulana
NPM.1804041134



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2713/In.28/D.1/TL.00/07/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT. BERKAH JAYA
HORTIKULTURA
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2714/In.28/D.1/TL.01/07/2022, tanggal 20 Juli 2022 atas nama saudara:

Nama : **RAMA ASTRIAN MAULANA**
NPM : [1804041134](#)
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. BERKAH JAYA HORTIKULTURA, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 20 Juli 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP [19720611 199803 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-2714/In.28/D.1/TL.01/07/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **RAMA ASTRIAN MAULANA**
NPM : [1804041134](#)
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BERKAH JAYA HORTIKULTURA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS HORTIKULTURA (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura di Iringmulyo Metro Timur Kota Metro)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 20 Juli 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP [19720611 199803 2 001](#)



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1182/In.28/S/U.1/OT.01/09/2022**

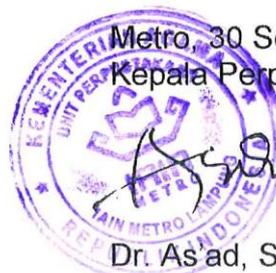
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Rama Astrian Maulana
NPM : 1804041134
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804041134

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 30 September 2022
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rama Astrian Maulana
NPM : 1804041134
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Hortikultura (Studi Pada PT. Berkah Jaya Hortikultura)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 07 November 2022
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rama Astrian Maulana Fakultas/Jurusan : Esy/FEBI

NPM : 1804041134 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu / 06 Juli '22	ACC APD & OUTLINE	

Dosen Pembimbing,

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rama Astrian Maulana Fakultas/Jurusan : Esy/FEBI

NPM : 1804041134 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa / 02 Agustus 2022	+ BAB I Tambah data dari penelitian lain - BAB IV, gunakan teori sebagai analisis & BAB IV - Kesimpulan Menjawab Rumusan Masalah - Perbaiki typo & kesalahan penulisan - Gunakan buku pedoman sbg Referensi Menulis	

Dosen Pembimbing,

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rama Astrian Maulana Fakultas/Jurusan : Esy/FEBI

NPM : 1804041134 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis/11 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none">- APD itu patokan untuk Pertanyaan / mencari data,- sesuaikan BAB I & II dg APD yg ada- Perbaiki penulisan Daftar Pustaka dan footnote, serta kesalahan penulisan spt typo dll- BAB I & II lebih diperdalam analisisnya, BAB I & II masih terlalu sederhana	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rama Astrian Maulana Fakultas/Jurusan : Esy/FEBI

NPM : 1804041134 Semester/TA : IX/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis/22 September 2022	AEC BAB I - V tiap dimunculkan	

Dosen Pembimbing,

Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy
NIP. 199106172019032015

Mahasiswa Ybs,

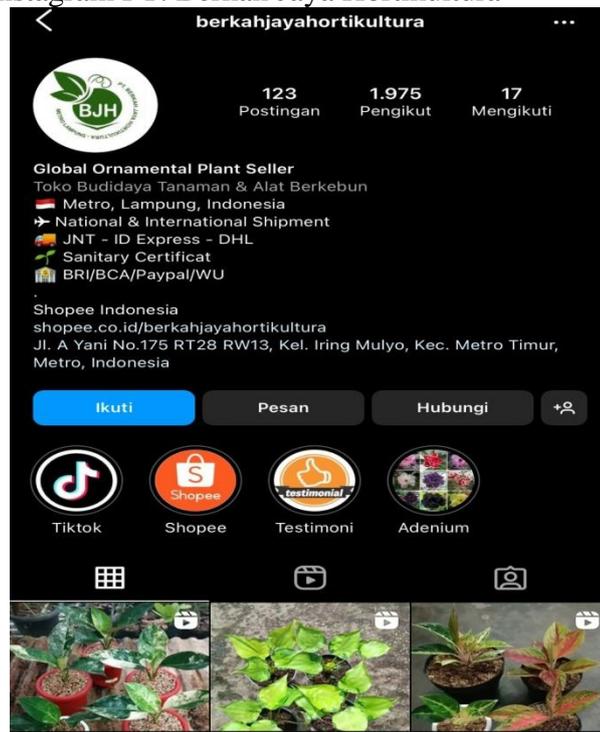
Rama Astrian Maulana
NPM. 1804041134

DOKUMENTASI

1. Lokasi *GreenHouse* PT. Berkah Jaya Hortikultura



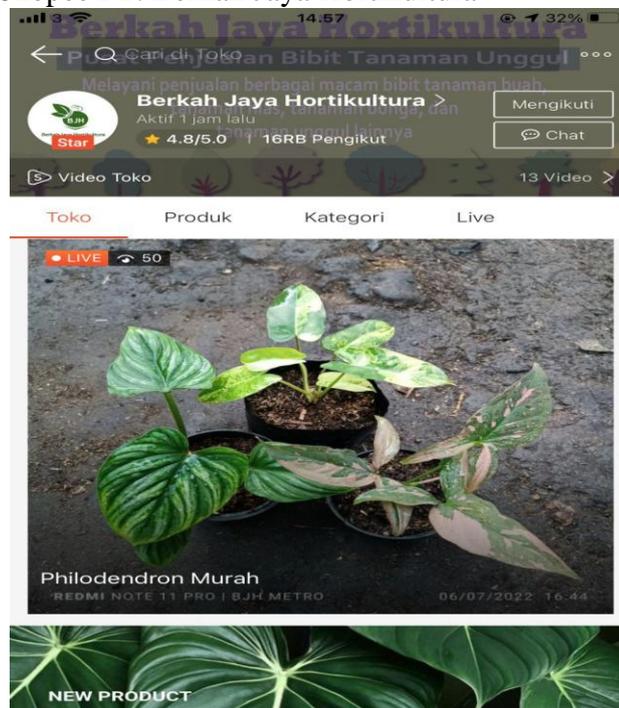
2. *E-Commerce* Instagram PT. Berkah Jaya Hortikultura



3. E-Commerce Website PT. Berkah Jaya Hortikultura



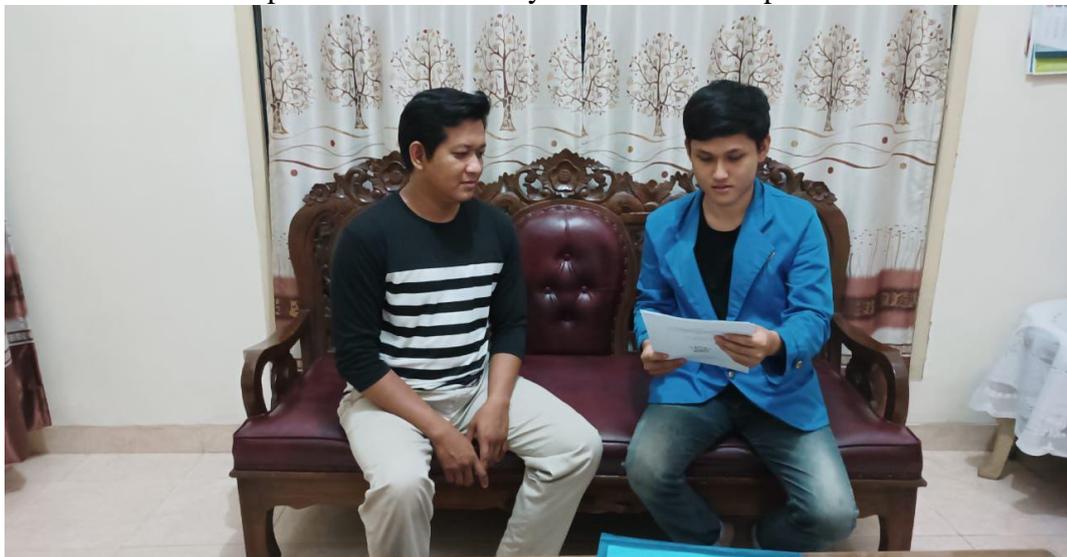
4. E-Commerce Shopee PT. Berkah Jaya Hortikultura



5. E-Commerce Facebook PT. Berkah Jaya Hortikultura



6. Foto bersama Pimpinan PT. Berkah Jaya Hortikultura bapak M. Dzulhan R



7. Foto bersama bapak Wahyu selaku Admin Marketing



8. Foto bersama bapak Ghofur selaku Admin Marketing



9. Foto bersama bapak Danang selaku konsumen *online* yang juga menjadi konsumen *offline*



10. Foto bersama bapak Eko selaku konsumen *online* yang juga menjadi konsumen *offline*



11. Foto bersama bapak Ilham selaku konsumen *online* yang juga menjadi konsumen *offline*



12. Foto bersama bapak Reva selaku konsumen *online* yang juga menjadi konsumen *offline*



13. Foto bersama bapak Dimas selaku konsumen *online* yang juga menjadi konsumen *offline*



14. Penilaian Konsumen Zara di *E-Commerce* PT. Berkah Jaya Hortikultura



Performa: Baik

Kualitas: Baik

Cocok Untuk: Bertani

Allhamdulillah sudah sampai, tanaman dalam keadaan baik, paking aman. Semiga subur, aamiin



Philodendron Florida Ghost - Tanaman Hia...

15. Penilaian Konsumen Andy di *E-Commerce* PT. Berkah Jaya Hortikultura



Performa: recomend bngt

Kualitas: sangat baik

Suka bngt cara packing nya yg sngat save untuk keladi,walaupun jarak jauh dan waktu lama tpi masi segar sampai tujuan ,pokoknya recomend bangt dach



Keladi Red Arini / Festivia

16. Penilaian Konsumen Kevin di *E-Commerce* PT. Berkah Jaya Hortikultura



Bagussssss.....original Dwi warna....masih segar....seller ramah....kemasan sangat aman...silahkan yg berminat jangan ragu.... trims seller...



Keladi Dwi Warna

16. Penilaian Konsumen Nikola di *E-Commerce* PT. Berkah Jaya Hortikultura



Performa: segar

Kualitas: mantap

Cocok Untuk: hiasan

Tanaman sudah diterima dlm kondisi bagus dan segar. Pengiriman cepat sekaliiii. Packing barang rapi.....sukses tokonya. Sudah sering beli tanaman di toko ini



17. Penilaian Konsumen Ayu di *E-Commerce* PT. Berkah Jaya Hortikultura



Kualitas: sangat baik

Cocok Untuk: koleksi dan penghias teras rumah

Performa: sangat baik

Varnya bener2 nyata, dengan harga yg terjangkau



Calathea Ornata - Tanaman Hias Chalatea

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Rama Astrian Maulana lahir di Metro, 24 Februari 2000 Alamat 15a, Kel. Iringmulyo Kec. Metro Timur, Kota Metro, Prov. Lampung. Peneliti adalah anak laki-laki dari pasangan Bapak Asra'i Hendarsyah dan Ibu Tri Marta Ningsih. Peneliti merupakan anak ketiga dari 4 bersaudara. Awal pendidikan peneliti di SD Negeri 2 Metro dan lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 7 Metro dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SLTA yaitu MA Negeri 1 Metro dan lulus pada tahun 2018. Dan memutuskan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada tahun 2018.