

“Optimalisasi Pertanian Berkelanjutan Untuk Mendukung Indonesia Emas 2045”

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Pembelian Tanaman Hias Aglonema di Kabupaten Sleman Pada Masa Pandemi Covid-19

Christanty Ayu Indra Wibowo¹, Darsono² dan Joko Sutrisno²

¹ Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

² Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstrak

Mewabahnya virus SARS *Coronavirus 2* secara masif mengakibatkan kondisi pandemi. Adanya peningkatan kasus yang meluas antar wilayah mendorong pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Nasional Berskala Besar. Penerapan berjaga jarak (*social distancing*) membuat masyarakat lebih berhati-hati dan membatasi aktivitas di luar rumah. Kondisi ini mendorong munculnya kegiatan *home gardening* dan membuat permintaan tanaman hias meningkat di masa pandemi Covid-19. Wilayah Kabupaten Sleman menjadi salah satu penghasil tanaman hias aglonema yang luas panennya meningkat pada masa pandemi Covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi motivasi mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema di wilayah Kabupaten Sleman pada masa pandemi Covid-19. Pengumpulan data dilakukan dengan quisioner pada 79 responden. Analisis data menggunakan model regresi linier dengan bantuan software STATA. Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi motivasi mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema di wilayah Kabupaten Sleman adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Sedangkan faktor lainnya seperti harga, lokasi dan kualitas tidak berpengaruh pada motivasi mengikuti trend

Kata kunci: Covid-19, tanaman hias, motivasi pembelian.

Pendahuluan

COVID-19 merupakan penyakit saluran napas yang disebabkan oleh virus corona jenis baru yang belum pernah ditemukan pada manusia. Virus SARS *Coronavirus 2* atau Novel Corona Virus 2019 pertama kali ditemukan di Provinsi Wuhan, China pada akhir tahun 2019 (Setiawan, 2020). Mewabahnya virus SARS *Coronavirus 2* secara masif mengakibatkan status sebarannya sebagai kondisi pandemi. Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) melalui Keputusan Nomor 13A Tahun 2020 menyatakan Status Keadaan Tertentu Darurat Bencana Wabah Penyakit Akibat Virus Corona di Indonesia. Upaya pencegahan akibat adanya peningkatan kasus yang meluas antar wilayah mendorong pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Nasional Berskala Besar.

Dampak dari pembatasan nasional berskala besar ini terjadi pada semua aspek kehidupan, baik sosial, ekonomi, bisnis, pekerjaan, peribadatan, pendidikan, pelayanan publik, dan lain-lain (Belawati dan Nizam, 2020). Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap berbagai sektor di dunia terutama pada sektor ekonomi. Penerapan berjaga jarak (*social distancing*) membuat masyarakat lebih berhati-hati oleh sebab itu membatasi aktivitas di luar rumah, sehingga berdampak pada psikologi masyarakat, misalnya masyarakat merasa jenuh, bosan bahkan merasa stres. Namun masyarakat dapat mengobati rasa jenuh ataupun menghilangkan stres akibat pandemi Covid-19 dengan melakukan aktivitas baru, misalnya menanam tanaman hias di sekitar rumah (Megasari *et al.*, 2021). Kegiatan menanam tanaman hias menjadi salah satu kegiatan yang dapat mengurangi kejenuhan dan menenangkan jiwa (Elisabeth, 2021). Munculnya *home gardening* membuat permintaan tanaman hias sangat tinggi, hingga melebihi permintaan tertinggi tanaman hias sebelum pandemi Covid-19 (Arnofia, 2020).

Aktivitas bertanam atau mengoleksi tanaman hias oleh sebagian masyarakat menjadi salah satu pilihan praktis untuk tetap menjaga mental positif selama pandemi Covid-19 ini (Imam *et al.*, 2021). Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini juga memaksa masyarakat memiliki kegiatan dan hobi yang bisa dilakukan di rumah. Kegiatan berkebun dan menanam merupakan hobi baru yang ada dan diminati oleh masyarakat terkini (Sarastila *et al.*, 2021). Balai Penelitian Tanaman Hias menyatakan bahwa pembatasan aktivitas di luar rumah menyebabkan masyarakat mengeksplorasi hobi baru yaitu merawat tanaman hias untuk mengisi waktu luang. Hal ini menyebabkan penjual tanaman hias juga merambat naik (Rachmawati, 2020).

Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu wilayah yang terdampak Covid-19 akan tetapi mempunyai tingkat kepatuhan pada protokol kesehatan yang cukup baik. Merujuk pada hasil temuan Istiarini *et al.* (2021) dilaporkan sosialisasi terkait pencegahan penularan Covid-19 mampu mendorong masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai kepatuhan terhadap protokol kesehatan 4M yaitu mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak dan meningkatkan imun. Dalam mengisi masa pembatasan sosial akibat pandemi masyarakat Yogyakarta juga cenderung mengikuti trend tanaman hias. Hasil penelitian Damayanti dan Ari (2021) juga menyatakan bahwa *trend*, gaya hidup, dan keunikan tanaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dalam keputusan pembelian tanaman hias di masa pandemi. Salah satu tanaman hias yang mengalami kenaikan

produksi di wilayah Yogyakarta khususnya Sleman adalah aglonema sebagaimana terlihat pada Tabel 1.

Table 1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Aglaonema di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2016-2020

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2016	16.340	35.889	2,2
2017	14.053	108.706	7,74
2018	10.550	64.541	6,12
2019	12.637	55.516	4,39
2020	14.912	62.794	4,21

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, 2022.

Merujuk pada data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pada masa pandemi Covid-19 tercatat produk domestik bruto (PDB) pertanian pada kuartal IV-2020 tumbuh sebesar 2,59%. Hal tersebut menandakan bahwa pertanian yang tumbuh positif di tengah melemahnya perekonomian nasional akibat pandemi Covid-19. Pertumbuhan sektor pertanian secara positif dikala pandemi memberikan sinyal bahwa banyak masyarakat yang melakukan pembelian perlengkapan pertanian (Fuad *et.al*, 2022). Hasil penelitian Oktareza (2020) menunjukkan bahwa kegiatan koleksi tanaman hias merupakan bagian dari hobi serta mengikuti tren yang sedang berkembang bahkan tanpa mempertimbangkan faktor harga. Berdasarkan kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi motivasi dalam mengikuti trend pembelian tanaman hias khususnya aglonema di wilayah Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta pada masa pandemi Covid-19.

Metodologi

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif yang memusatkan pada pemecahan masalah aktual dengan mengumpulkan, menyusun kemudian menjelaskan dan menganalisis data (Surakhmad, 2004). Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive* dengan mempertimbangkan karakteristik yang sesuai kebutuhan penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling kuota, yaitu cara menentukan sampel dari populasi dengan kriteria tertentu hingga jumlah kuota yang dikehendaki tercukupi (Sinambela, 2014). Pada penelitian ini populasi adalah individu di wilayah Kabupaten Sleman yang melakukan pembelian tanaman hias aglonema di masa pandemi Covid-19 dan diambil sebanyak 79 sampel responden dengan menggunakan bantuan kuisioner.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5. Data yang diperoleh ditransformasikan menggunakan *method of successive interval* (MSI). Metode MSI digunakan untuk mengubah data ordinal menjadi data berskala interval (Sugiyono, 2018). Analisis data dilakukan dengan regresi linier untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi motivasi mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema di wilayah Kabupaten Sleman pada masa pandemi Covid-19 dengan bantuan software STATA. Adapun model persamaan regresi yang dianalisis adalah

$$Y = \alpha + d_1D_1 + \beta_1Age + \beta_2Ed + \beta_3Inc + \beta_4Loc + \beta_5Qc + \beta_6Pr + e_1$$

Dimana motivasi mengikuti trend pembelian tanaman hias (Y) diduga dipengaruhi oleh jenis kelamin (D), usia (Age), pendidikan (Ed), tingkat pendapatan (Inc), lokasi (Loc), kualitas tanaman (Qc) dan harga (Pr).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian pada responden diketahui bahwa usia responden umumnya berada pada usia produktif dengan tingkat pendidikan yang baik yaitu didominasi pada tingkat pendidikan perguruan tinggi. Menurut jenis kelamin diperoleh bahwa responden perempuan lebih banyak ditemukan dalam penelitian. Kondisi umum responden pembeli tanaman hias aglonema di Kabupaten Sleman disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

	Karakteristik	Jumlah (responden)	Presentase (%)
Usia	15-59 tahun	77	97,47
	>59	2	2,53
Jenis kelamin	laki-laki	32	40,51
	perempuan	47	59,49
Pendidikan	SD	2	2,53
	SMA	19	24,05
	D3	11	13,92
	S1	43	54,43
	Pascasarjana	4	5,06

Sumber: Data Primer

Pada aspek pendapatan responden diketahui bahwa rata-rata tingkat pendapatan responden mencapai Rp. 4.539.873 dimana angka tersebut berada dua kalilipat lebih dari UMK Selman pada tahun 2023 yang hanya sebesar Rp. 2.159.519. Kondisi pendapatan responden penelitian disajikan dalam Tabel 3.

Tingkat pendapatan menjadi salah satu faktor yang menentukan kemampuan daya beli masyarakat. Menurut Pawenang (2016) menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka semakin tinggi tingkat daya beli serta menambah variasi produk yang ingin

dimiliki dan berlaku sebaliknya. Aspek pendapatan terkait erat dengan perilaku konsumtif yang salah satunya dijelaskan oleh kemampuan mengikuti trend sebagaimana temuan dalam penelitian Ricky dan Mira (2021). Perilaku konsumtif diketahui meningkat selama pandemi (Velia, 2021). Hasil analisis dalam penelitian ini terkait faktor yang mempengaruhi trend pembelian tanaman hias aglonema pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 3. Pendapatan Responden Pembeli Tanaman Hias Aglonema di Kabupaten Sleman Tahun 2022

Tingkat pendapatan (Rp)	Jumlah (responden)	Presentase (%)
< 2.000.000	10	12,66
2.000.000 – 4.000.000	37	46,84
4.000.001 – 6.000.000	19	24,05
6.000.001 – 8.000.000	6	7,59
8.000.001 – 10.000.000	4	5,06
> 10.000.000	3	3,80
Total	79	100,00

Sumber: Data Primer

Tabel 4. Hasil Analisis Data

Kriteria	Koefisien	Std. Error	P> z
Konstanta	0.5155315	0.9725004	0.598
Jenis kelamin (D)	-0.1806496	0.0793746	0.026*
Usia (Age)	-0.0048682	0.1527155	0.975
Pendidikan (Ed)	-0.6670176	0.2205798	0.003*
Pendapatan (Inc)	0.134501	0.0568104	0.021*
Lokasi (Loc)	0.1327632	0.1332423	0.322
Kualitas (Qc)	0.2031727	0.1329896	0.131
Harga (Pr)	-0.0088233	0.1298785	0.946
R ²	0.2521		
Prob>F	0.0033*		

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara simultan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, lokasi, kualitas dan harga memberikan pengaruh pada motivasi mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema di wilayah Kabupaten Sleman. Selanjutnya secara individu faktor jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan memberikan pengaruh pada motivasi konsumen dalam mengikuti trend pembelian tanaman hias di masa pandemi Covid-19. Pada penelitian ditemukan bahwa laki-laki cenderung kurang termotivasi dalam mengikuti trend berkebun atau mengkoleksi tanaman hias aglonema di masa pandemi, hal ini ditunjukkan dengan adanya korelasi negatif (Tabel 4.) Hasil penelitian Shukla *et al.* (2022) pada terkait motivasi pembelian pada golongan masyarakat dewasa muda terbagi dalam

beberapa dimensi dimana salah satunya adalah mengikuti trend yang ada, termotivasi influencer dari sosial media serta bagian dari hiburan atau hobi. Selanjutnya diketahui kelompok perempuan muda cenderung lebih peka terhadap perubahan trend.

Pendidikan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi individu untuk mengikuti trend akan tetapi riset pada komunitas pelajar perguruan tinggi lebih menunjukkan ketertarikan pada penggalian informasi (Cheae, 2018). Kondisi tersebut sejalan dengan hasil penelitian dimana pendidikan menjadi faktor yang berkorelasi negatif dengan motivasi individu dalam mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema pada masa pandemi Covid-19. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan dari individu maka akan memberikan berbagai perspektif yang akan dipertimbangkan sehingga motivasi mengikuti trend yang berkembang perlu melalui proses pengkajian informasi.

Berbeda dengan faktor jenis kelamin dan tingkat pendidikan, pada faktor tingkat pendapatan memberikan pengaruh yang positif pada motivasi responden dalam mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema pada masa pandemi Covid-19. Tingkat pendapatan yang tinggi memberikan ruang bagi individu untuk memenuhi kebutuhan sekunder bahkan hobi tertentu sekalipun dalam kondisi pandemi Covid-19. Sejalan dengan hasil penelitian Purwanto dan Saino (2022) bahwa faktor kemampuan ekonomi menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias pada masa pandemi Covid-19 di wilayah Mojokerto.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi motivasi individu dalam mengikuti trend pembelian tanaman hias aglonema di wilayah Kabupaten Sleman adalah jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Sedangkan faktor lainnya seperti harga, lokasi dan kualitas tidak berpengaruh pada motivasi mengikuti trend.

Daftar Pustaka

- Arnofia, Lizza. (2020). Banyak Orang Menanam Bunga saat Pandemi, Omset Pedagang Naik 70%. *blokbojonegoro.com*. <http://blokbojonegoro.com/2020/11/02/banyak-orang-menanam-bunga-saatpandemi-omset-pedagang-naik-70/>
- Atmaja, Ricky, dan Mira Maryani. 2021. Analisa Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Penjualan Online selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis*. 4 (2) : 88-109.
- Belawati, Tian & Nizam. (2020). Potret Pendidikan Tinggi di Masa Covid-19. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

- Chae, J. 2018. Explaining females' envy toward social media influencers. *Media psychology*, 21(2), 246-262.
- Damayanti, Rizki Putri & Ari Susanti. (2021). Antesenden Keputusan Pembelian Tanaman Hias pada Masa Pandemi di Surakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*. Vol.10(2):172-181.
- Elisabeth, A. (2021). Ini Alasan Tren Tanaman Hias Meningkatkan di Tengah Covid-19. <https://economy.okezone.com/read/2021/05/21/455/2413497/ini-alasan-trentanaman-hias-meningkat-di-tengah-covid-19>. Diakses pada
- Fuad, Afmi., Puspitawati, Ira., Akhroni, Muhammad Nur., 2022. Impulsive Buying Pada Konsumen Tanaman Hias di Masa Pandemi (Studi Deskriptif). *Jurnal Kesehatan dan Kedokteran*. Vol. 1, No. 2. (58 – 64).
- Imam, Mahriyansah, Sumarwan, Ujang Najib, & Mukhamad. (2021). Perilaku Pembelian Konsumen Tanaman Hias: Modifikasi UTAUT 2 dengan Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko. IPB Bogor.
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). Panduan Pelayanan Kesehatan Balita pada Masa Tanggap Darurat COVID-19. Jakarta: Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat.
- Megasari, Dita, Syaiful Khoiri, & Anwar Zamroni. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery. *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan*. Vol.1(1):329- 341.
- Oktareza, F. 2020. Fenomena Tanaman Hias Harga Mahal, Begini Anggapan Pengamat. <https://www.sonora.id/read/422374994/Fenomena-Tanaman-Hias-Harga-Mahal-Begini-Tanggapan-Pengamat>. Diakses pada tanggal 20 Desember 2024.
- Pawenang, Supawi. 2016. Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis. Program Pascasarjana, UNIBA. Surakarta.
- Purwantoadi, Y., dan Saino, S. 2022. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 197–210. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.565>
- Rahmawati, Velia Eka., dan Surjanti, Jun. 2021. Analisis faktor perilaku konsumtif berbelanja online produk fashion saat pandemi pada mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 3.
- Sarastila, Ciryil Sarastila, Vi'in Ayu Pertiwi, & Asihing Kustanti. 2021. Model Penerimaan Teknologi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Tanaman Hias Melalui E-Commerce Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. Vol.17(2):13-26.
- Shukla, P., Singh, J., & Wang, W. 2022. The influence of creative packaging design on customer motivation to process and purchase decisions. *Journal of Business Research*, 147, 338-347.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.