

## **Efektivitas Penggunaan *E-Commerce* pada Usaha Kaktus dan Sukulen di Bali**

VIOLA RIZKIYA MUMPUNI\*, I GUSTI AGUNG AYU AMBARAWATI,  
RATNA KOMALA DEWI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,  
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali  
Email: \*violarizkiyamumpuni@gmail.com  
annie\_ambarawati@unud.ac.id

### **Abstract**

#### **Effectiveness on The Use of E-Commerce of Cactus and Succulent Businesses in Bali**

Marketing through e-commerce has a great opportunity to increase sales. Cactus and succulent businesses in Bali have started implementing e-commerce. However, the number of cactus and succulent businesses actors in Bali using e-commerce is not much compared to non-e-commerce. The purpose of this study is to find out the mechanism of using e-commerce, to analyze effectiveness of using e-commerce, and to identify and analyze constraints of using e-commerce in cactus and succulent businesses in Bali. This study is a qualitative study that is quantified using a score approach. The informants of this study are the businesses actors of Four Ribs Garden, Astro Hijau, and Taru Tresna. Data was collected through interviews with questionnaires and documentation. The results of this study so that the mechanism of using e-commerce in cactus and succulent businesses in Bali including order notifications, order details, order delivery arrangements, and the process of packaging and shipping orders. The use of e-commerce in cactus and succulent businesses in Bali is effective to increase sales based on sales turnover, number of customers, capital expenditures, and the application of discounts up to 100%. The constraints of using e-commerce in cactus and succulent businesses in Bali consist of technical and non-technical constraints. Technical constraints come from features and systems in e-commerce applications. Non-technical constraints are caused by expeditions and the lack of cactus and succulent businesses in Bali in understanding the features and systems of e-commerce. It is suggested to maximize the use of e-commerce features especially in sales education and promotion features to increase the effectiveness of using e-commerce in sales.

**Keywords:** *effectiveness, e-commerce, cactus succulent businesses*

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

*E-commerce* merupakan bentuk perkembangan teknologi dalam penjualan produk berupa platform jual beli dengan sistem elektronik yang menggunakan internet. Menurut Zimmerer (2005) dalam Prabandari dan Azzuhri (2011), definisi *e-commerce* adalah seluruh kegiatan jual beli yang menggunakan platform dengan internet. *E-commerce* adalah sebuah wujud teknologi di bidang perekonomian yang menciptakan sebuah sistem baru berupa kegiatan jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen tanpa harus bertatap muka. Menurut Hernikawati (2021), Shopee merupakan platform *e-commerce* yang memiliki jumlah pengunjung *website* bulanan tertinggi di Indonesia pada kuartal IV-2020 dengan jumlah 129,0 juta pengunjung. Selanjutnya, Tokopedia menjadi platform *e-commerce* di posisi kedua dengan kategori jumlah pengunjung *website* bulanan tertinggi di Indonesia pada kuartal IV-2020 dengan jumlah 114,6 juta pengunjung.

*E-commerce* sudah mulai diadopsi oleh usaha di Indonesia. Pengadopsian *e-commerce* mengutamakan efektivitas untuk dapat membangkitkan usaha dalam penjualan secara *online* (Rosyad, 2018) Untuk mengetahui apakah *e-commerce* dapat digunakan untuk mencapai tujuan suatu usaha, maka perlu dilakukan pengukuran efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha tersebut. Menurut Arisandi (2018), efektivitas merupakan tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan program dengan menggunakan cara dan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam implementasinya, penggunaan *e-commerce* pada suatu usaha dapat dikatakan efektif apabila mengalami peningkatan penjualan setelah menggunakan *e-commerce*.

Indonesia memiliki berbagai jenis tanaman hias yang dapat dibudidayakan sebagai hobi, salah satunya adalah kaktus dan sukulen. Kaktus dan sukulen banyak diminati karena memiliki bentuk yang indah, perawatan yang mudah, dan intensitas penyiramannya tidak sesering jenis tanaman lainnya. Budidaya kaktus dan sukulen juga sangat digemari oleh masyarakat Bali. Mayoritas masyarakat Bali yang memiliki hobi budidaya kaktus dan sukulen tergabung pada komunitas Bali *Cactus & Succulent Community*.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (2021), jumlah usaha di Indonesia yang menggunakan *e-commerce* dalam pemasaran sebanyak 2.361.423 usaha. Persentase usaha yang menggunakan *e-commerce* di Bali dan Nusa Tenggara sebesar 7,83% dari jumlah usaha yang menggunakan *e-commerce* di Indonesia. Penggunaan *e-commerce* juga sudah mulai diimplementasikan di sektor pertanian Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (2021), pelaku usaha di sektor pertanian Indonesia yang menggunakan platform *e-commerce* dalam pemasaran, termasuk usaha kaktus dan sukulen sebesar 21,64% dari jumlah usaha yang menggunakan *e-commerce* di Indonesia. Terdapat 23 orang anggota Bali *Cactus & Succulent Community* yang menjadikan kaktus dan sukulen sebagai usaha, dan diantaranya ada 10 orang anggota yang melakukan usaha dengan menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasarannya. *E-commerce* yang digunakan pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali adalah Shopee dan Tokopedia.

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa belum banyak pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali yang menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk. Maka dari itu, perlu dilakukan evaluasi secara mendalam mengenai pengukuran efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali untuk mengetahui apakah *e-commerce* dapat digunakan dalam pemasaran untuk mencapai tujuan usaha kaktus dan sukulen di Bali, yaitu peningkatan penjualan, serta mendorong pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali lainnya untuk menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran produk.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan pada penelitian ini, yakni sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali?
2. Bagaimana efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali?
3. Apa saja kendala penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui mekanisme penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali.
2. Menganalisis efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kendala penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali.

## **2. Metode Penelitian**

### **2.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha kaktus dan sukulen di Bali yang menggunakan platform *e-commerce* sebagai media pemasarannya. Lokasi penelitian ini ditentukan secara *purposive* dengan pertimbangan pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali yang menggunakan *e-commerce* dalam pemasaran belum banyak. Pengumpulan data penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari s.d Maret 2022.

### **2.2 Data dan Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan dengan pendekatan skor. Menurut Lupi dan Nurdin (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif untuk menggambarkan suatu keadaan, sehingga tidak menggunakan data yang berupa angka, seperti statistik. Sumber data yang

digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Irawati dan Prasetyo (2021), data primer merupakan data yang diperoleh dari narasumber secara langsung dengan melakukan wawancara. Data primer pada penelitian ini meliputi: 1) prosedur penanganan pesanan di *e-commerce*; 2) efektivitas penjualan di *e-commerce*; dan 3) kendala teknis dan non-teknis *e-commerce*. Menurut Maya (2016), data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, jurnal, buku, dan data perusahaan yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder pada penelitian ini meliputi gambaran mekanisme penanganan pesanan di *e-commerce*, kendala penggunaan *e-commerce*, penelitian terdahulu, serta jurnal dan buku terkait penelitian ini. Pengumpulan data menggunakan wawancara dengan instrumen kuisioner dan dokumentasi.

### **2.3 Penentuan Informan Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali yang menggunakan *e-commerce* untuk pemasaran produknya dengan jumlah 10 pelaku usaha. Berdasarkan populasi tersebut, penentuan informan dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa terdapat tiga pelaku usaha kaktus di Bali yang menggunakan *e-commerce* yang bersedia diwawancarai dan memberikan data, yaitu pelaku usaha Four Ribs Garden, Astro Hijau, dan Taru Tresna.

### **2.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dengan beberapa indikator pengukuran, yakni mekanisme penggunaan *e-commerce*, efektivitas penggunaan *e-commerce*, dan kendala penggunaan *e-commerce*.

### **2.5 Analisis Data**

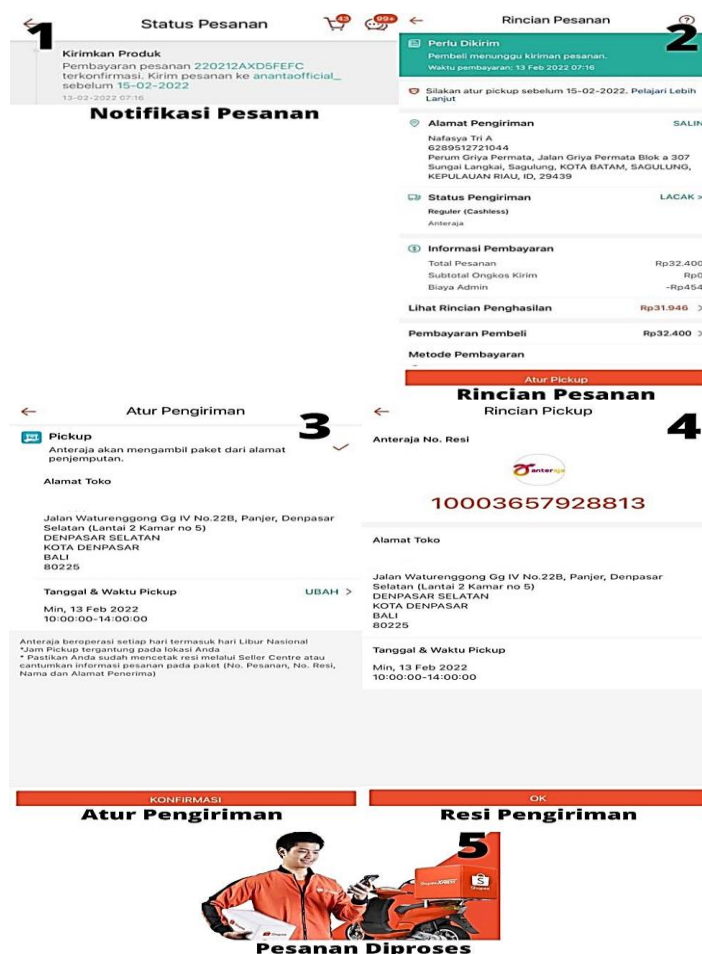
Analisis data adalah cara untuk mengolah data yang telah diperoleh (data primer dan data sekunder) yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Firmansyah, 2013). Untuk menganalisis tujuan mengenai mekanisme penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali digunakan metode deskriptif kualitatif dengan melihat prosedur penanganan pesanan di *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali. Untuk menganalisis tujuan mengenai efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali digunakan metode penelitian kualitatif yang dikuantitatifkan dengan pendekatan skor dengan melihat omzet penjualan, jumlah pelanggan, pengeluaran modal, dan pemberlakuan diskon. Untuk menganalisis tujuan mengenai kendala penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melihat kendala teknis yang berasal dari aplikasi dan *website e-commerce* dan kendala non-teknis yang bukan berasal dari aplikasi dan *website e-commerce* pada *e-commerce*.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Mekanisme Penggunaan E-Commerce pada Usaha Kaktus dan Sukulen di Bali

##### 1. Prosedur penanganan pesanan di e-commerce Shopee

Prosedur penanganan pesanan di Shopee dimulai setelah pembayaran pembeli terkonfirmasi, kemudian muncul notifikasi pesanan pada Shopee penjual untuk konfirmasi pesanan dan pengiriman. Setelah penjual mengkonfirmasi pesanan, maka muncul halaman rincian pesanan. Pada halaman ini, penjual harus memeriksa rincian produk dengan teliti agar tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman barang kepada pembeli. Selanjutnya, penjual masuk ke halaman atur pengiriman untuk memilih sistem penyerahan paket ke ekspedisi dan memilih waktu untuk penyerahan paket ke kurir. Setelah pengaturan pengiriman selesai dilakukan, maka muncul nomor resi pengiriman. Selanjutnya, penjual sudah dapat memproses pesanan dan melakukan *packing* produk. Setelah itu paket diserahkan ke kurir dan dikirimkan hingga sampai ke tangan pembeli. Prosedur penanganan pesanan di e-commerce Shopee dapat dilihat pada Gambar 1.

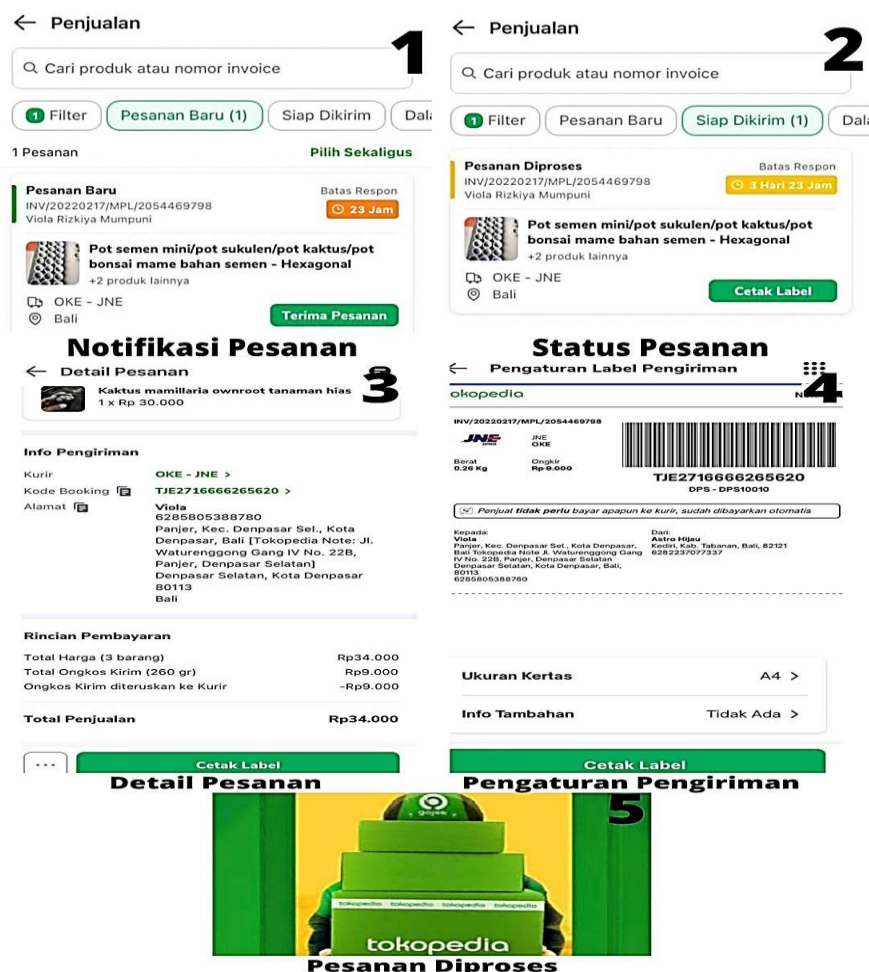


Gambar 1.

Mekanisme Prosedur Penanganan Pesanan di E-Commerce Shopee

## 2. Prosedur penanganan pesanan di *e-commerce* Tokopedia

Prosedur penanganan pesanan di Tokopedia dimulai saat pembayaran pembeli terkonfirmasi. Muncul notifikasi pesanan di Tokopedia penjual yang harus dikonfirmasi oleh penjual. Setelah mengkonfirmasi pesanan, masuk ke halaman status pesanan yang berisi pesanan yang sedang diproses dan siap dikirim. Selanjutnya, halaman detail pesanan yang harus diperiksa dengan teliti oleh penjual agar tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman produk. Setelah itu, halaman pengaturan label pengiriman yang menampilkan *invoice* dan nomor resi pengiriman produk. Setelah selesai, maka label pengiriman sudah dapat dicetak. Penjual dapat memproses pesanan dan *packing* produk, kemudian paket diserahkan ke kurir dan dikirimkan hingga sampai ke tangan pembeli. Prosedur penanganan pesanan di *e-commerce* Tokopedia dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2.

Mekanisme Prosedur Penanganan Pesanan di *E-Commerce* Tokopedia

### 3.2 Efektivitas Penggunaan E-Commerce pada Usaha Kaktus dan Sukulen di Bali

Parameter pengukuran efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali meliputi: 1) omzet penjualan; 2) jumlah pelanggan; 3) pengeluaran modal; dan 4) pemberlakuan diskon. Distribusi frekuensi jawaban informan mengenai efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dengan parameter omzet penjualan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.

Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Efektivitas Penggunaan *E-Commerce*  
Parameter Omzet Penjualan

| No. | STS |   | TS |   | N |   | S |       | SS |       | Total |     | Skor | Tingkat Efektivitas |
|-----|-----|---|----|---|---|---|---|-------|----|-------|-------|-----|------|---------------------|
|     | f   | % | f  | % | f | % | f | %     | f  | %     | f     | %   |      |                     |
| 1   | 0   | 0 | 0  | 0 | 0 | 0 | 2 | 66,67 | 1  | 33,33 | 3     | 100 | 13   | Efektif             |
| 2   | 0   | 0 | 0  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0     | 3  | 100   | 3     | 100 | 15   | Sangat Efektif      |
| 3   | 0   | 0 | 0  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0     | 3  | 100   | 3     | 100 | 15   | Sangat Efektif      |
| 4   | 0   | 0 | 0  | 0 | 0 | 0 | 3 | 100   | 0  | 0     | 3     | 100 | 12   | Efektif             |

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 1, seluruh informan (100%) menyatakan setuju bahwa omzet penjualan meningkat hingga 100% setelah menggunakan *e-commerce*, sehingga penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali termasuk dalam kategori efektif dalam meningkatkan penjualan. Selanjutnya, distribusi frekuensi jawaban informan mengenai efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dengan parameter jumlah pelanggan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.

Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Efektivitas Penggunaan  
*E-Commerce* Parameter Jumlah Pelanggan

| No. | STS |   | TS |       | N |   | S |       | SS |       | Total |     | Skor | Tingkat Efektivitas |
|-----|-----|---|----|-------|---|---|---|-------|----|-------|-------|-----|------|---------------------|
|     | f   | % | f  | %     | f | % | f | %     | f  | %     | f     | %   |      |                     |
| 1   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 0 | 0     | 3  | 100   | 3     | 100 | 15   | Sangat Efektif      |
| 2   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 0 | 0     | 3  | 100   | 3     | 100 | 15   | Sangat Efektif      |
| 3   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 1 | 33,33 | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 14   | Efektif             |
| 4   | 0   | 0 | 1  | 33,33 | 0 | 0 | 0 | 0     | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 12   | Efektif             |

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar informan (66,67%) menyatakan sangat setuju bahwa jumlah pelanggan meningkat hingga 100% setelah menggunakan *e-commerce*, sehingga penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali termasuk dalam kategori efektif dalam meningkatkan penjualan.

Selanjutnya, distribusi frekuensi jawaban informan mengenai efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dengan parameter pengeluaran modal dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.  
Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Efektivitas Penggunaan  
*E-Commerce* Parameter Pengeluaran Modal

| No. | STS |       | TS |       | N |   | S |       | SS |       | Total |     | Skor | Tingkat Efektivitas  |
|-----|-----|-------|----|-------|---|---|---|-------|----|-------|-------|-----|------|----------------------|
|     | f   | %     | f  | %     | f | % | f | %     | f  | %     | f     | %   |      |                      |
| 1   | 0   | 0     | 0  | 0     | 0 | 0 | 2 | 66,67 | 1  | 33,33 | 3     | 100 | 13   | Efektif              |
| 2   | 0   | 0     | 2  | 66,67 | 0 | 0 | 1 | 33,33 | 0  | 0     | 3     | 100 | 8    | Tidak Efektif        |
| 3   | 1   | 33,33 | 2  | 66,67 | 0 | 0 | 0 | 0     | 0  | 0     | 3     | 100 | 5    | Sangat Tidak Efektif |
| 4   | 3   | 100   | 0  | 0     | 0 | 0 | 0 | 0     | 0  | 0     | 3     | 100 | 3    | Sangat Tidak Efektif |

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa sebagian besar informan (66,67%) menyatakan setuju bahwa pengeluaran modal hanya meningkat hingga 25% setelah menggunakan *e-commerce*, sehingga penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali termasuk dalam kategori efektif dalam penjualan. Selanjutnya, distribusi frekuensi jawaban informan mengenai efektivitas penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dengan parameter pemberlakuan diskon dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.  
Distribusi Frekuensi Jawaban Informan Efektivitas Penggunaan  
*E-Commerce* Parameter Pemberlakuan Diskon

| No. | STS |   | TS |       | N |   | S |       | SS |       | Total |     | Skor | Tingkat Efektivitas |
|-----|-----|---|----|-------|---|---|---|-------|----|-------|-------|-----|------|---------------------|
|     | f   | % | f  | %     | f | % | f | %     | f  | %     | f     | %   |      |                     |
| 1   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 1 | 33,33 | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 14   | Efektif             |
| 2   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 1 | 33,33 | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 14   | Efektif             |
| 3   | 0   | 0 | 0  | 0     | 0 | 0 | 1 | 33,33 | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 14   | Efektif             |
| 4   | 0   | 0 | 1  | 33,33 | 0 | 0 | 0 | 0     | 2  | 66,67 | 3     | 100 | 12   | Efektif             |

Sumber: Diolah dari data primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 4, sebagian besar informan (66,67%) menyatakan sangat setuju bahwa pemberlakuan diskon dapat meningkatkan penjualan hingga 100% setelah menggunakan *e-commerce*, sehingga penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali termasuk dalam kategori efektif dalam meningkatkan penjualan.

### **3.4 Kendala Penggunaan E-Commerce pada Usaha Kaktus dan Sukulen di Bali**

Penggunaan *e-commerce* pada kegiatan jual beli di Indonesia masih tergolong baru, sehingga terdapat berbagai kendala dalam pengimplementasiannya (Firmansyah, 2017). Dalam implementasi penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali terdapat kendala yang menghambat penggunaan *e-commerce* yang seharusnya berjalan baik. Kendala penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali dibagi menjadi dua kategori, yaitu kendala teknis dan non-teknis *e-commerce*, diantaranya sebagai berikut.

#### **1. Kendala teknis *e-commerce***

Kendala teknis penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali berasal dari fitur dan sistem di aplikasi *e-commerce* sehingga menghambat kinerja *e-commerce* dan pengguna *e-commerce* tersebut. Kendala teknis pada Shopee dan Tokopedia diantaranya adalah:

1. Tokopedia memiliki batas waktu konfirmasi pesanan yang singkat
2. Pencetakan nomor resi di Shopee *error*
3. Biaya administrasi di Shopee terus meningkat
4. Aplikasi Shopee lambat saat dijalankan

#### **2. Kendala non-teknis *e-commerce***

Kendala non-teknis pada usaha kaktus dan sukulen di Bali terletak pada ekspedisi dan kekurangan pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali dalam memahami fitur dan sistem *e-commerce*. Kendala non-teknis pada penggunaan *e-commerce* Shopee maupun Tokopedia diantaranya adalah:

1. Ketidaktahuan penjual terhadap fitur atur jam buka tutup toko di Tokopedia
2. Penyelesaian masalah di Shopee sangat prosedural dan dibatasi oleh jam kerja
3. Ketidaktahuan penjual mengenai fitur yang hanya ada di *website e-commerce*
4. Ekspedisi terlambat mengambil paket, pengiriman lambat, dan sulit dilacak
5. Paket hilang dalam perjalanan

## **4. Kesimpulan dan Saran**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut mekanisme penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali meliputi: 1) notifikasi pesanan; 2) rincian pesanan; 3) pengaturan pengiriman pesanan; dan 4) proses pengemasan dan pengiriman pesanan. Penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali efektif dalam meningkatkan penjualan berdasarkan parameter omzet penjualan, jumlah pelanggan, pengeluaran modal, dan pemberlakuan diskon. Kendala penggunaan *e-commerce* pada usaha kaktus dan sukulen di Bali terdiri dari kendala teknis dan non-teknis. Kendala teknis terletak pada fitur dan sistem di aplikasi *e-commerce*, sedangkan kendala non-teknis terletak pada ekspedisi dan kekurangan pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali dalam memahami fitur dan sistem *e-commerce*.

#### 4.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan untuk pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali yaitu perlu memaksimalkan penggunaan fitur-fitur *e-commerce*, khususnya fitur edukasi penjual dan fitur promosi penjual untuk meningkatkan efektivitas penggunaan *e-commerce* dalam penjualan.

#### 5. **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada seluruh pihak yang telah mendukung penuh pelaksanaan penelitian ini, yaitu kepada pelaku usaha kaktus dan sukulen di Bali Four Ribs Garden, Astro Hijau, dan Taru Tresna yang telah bersedia diwawancarai dan memberikan data untuk tujuan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

#### **Daftar Pustaka:**

- Arisandi, Y. T. 2018. Efektivitas Penerapan E-Commerce dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 6(2), 1–8.
- BPS. 2021. Statistik E-Commerce 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Firmansyah, A. 2017. Kajian Kendala Implementasi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, 8(2), 127–136.
- Firmansyah, D. 2013. Mekanisme E-Commerce Melalui Blog dan Implikasinya Terhadap Pendapatan (Studi Kasus pada Komunitas Blogger Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–11.
- Hernikawati, D. 2021. Analisa Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 191–202.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. 2021. Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 6(2), 114–133.
- Lupi, F. R., & Nurdin. 2016. Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan E-Commerce pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–31.
- Maya, S. 2016. Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Commerce Studi Kasus: Mitra UKM Perusahaan X. *Journal of Applied Business and Economics*, 2(3), 271–279.
- Prabandari, S. P., & Azzuhri, M. 2011. Efektivitas Penggunaan E-Commerce Sebagai Penunjang Aktivitas Bisnis pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Malang Raya. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 9(2), 320–328.
- Rosyad, S. 2018. Efektifitas dan Efisiensi Penerapan E-Commerce pada PT. Wahana Surya Plastik. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 627–637.