

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA AND COVID-19 ON THE DEVELOPMENT OF ORNAMENTAL PLANT AND FRUIT SEEDLING BUSINESSES TO IMPROVE THE WELFARE OF THE COMMUNITY IN JUWET VILLAGE, NGANJUK REGENCY

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN COVID-19 PADA PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN HIAS DAN BIBIT BUAH-BUAHAN UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA JUWET KABUPATEN NGANJUK

Fidyah Dwi Putri Utami¹⁾, Wuryaningsih Dwi Lestari^{2)*}
Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}
b100210017@student.ums.ac.id¹⁾, wdl126@ums.ac.id^{2)*}

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of social media and Covid-19 on the growth of ornamental plant and fruit seedling businesses to enhance community welfare in Juwet Village, Nganjuk Regency. The study employs a quantitative approach with a descriptive method. A total of 80 respondents were selected through purposive sampling for the sample. Data was gathered via questionnaires and analyzed using Partial Least Square (PLS). The findings indicate that both social media and Covid-19 have a positive and significant impact on business growth, which subsequently leads to an improvement in community welfare. However, the direct effect of social media and Covid-19 on community welfare is not significant. This study has limitations regarding the number of respondents and the variables analyzed. Future research is encouraged to increase the sample size and incorporate additional variables for more comprehensive results.

Keywords : Covid-19, Ornamental Plants, Social Media, Business Development, Welfare.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial dan Covid-19 terhadap perkembangan usaha bibit tanaman hias dan buah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 80 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan Covid-19 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, pengaruh langsung media sosial dan Covid-19 terhadap kesejahteraan masyarakat tidak signifikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait jumlah responden dan variabel yang dianalisis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbesar jumlah responden dan menambah variabel agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Kata Kunci: Covid-19, Media Sosial, Pengembangan Usaha, Kesejahteraan Masyarakat, Tanaman Hias.

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 di Indonesia yang Sejak Maret 2020, pandemi *COVID-19* telah mempengaruhi berbagai bidang, termasuk sektor Kesehatan, Pendidikan, Pariwisata, dan Ekonomi. (Megasari *et al.*, 2021). Salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Nganjuk yang fokus pada sektor hortikultura adalah usaha pembibitan yang terletak di Desa Juwet.

Hortikultura sendiri merupakan cabang dari pertanian yang meliputi berbagai jenis tanaman seperti buah-buahan, sayuran, dan tanaman hias. Sejak tahun 1966 masyarakat Desa Juwet kabupaten Nganjuk mulai menekuni budi daya bibit dan sebagian besar masyarakat Juwet menggantungkan hidupnya dari penjualan bibit tanaman. Hasil berbagai tanaman bibit sudah masuk pasaran di berbagai kota di Indonesia selain itu,

juga menasar pasar online. Puncak dari keseluruhan masyarakat desa Juwet mengalami kenaikan perekonomian yaitu pada covid-19. Menanam pada masa covid-19 menjadi salah satu trend terbaru untuk mengisi kekosongan waktu di karenakan banyak pekerja yang bekerja dari rumah sehingga memiliki banyak peluang waktu untuk di gunakan melakukan kegiatan menanam. Menanam tumbuhan dapat menjadi salah satu cara untuk mengatasi rasa bosan dan memberikan ketenangan pada pikiran.

Beragam tanaman hias yang sering ditanam oleh masyarakat antara lain termasuk *aglonema*, *anthurium*, *monstera*, *anggrek*, dan sebagainya. Selain tanaman hias terdapat bibit buah-buahan yang menarik banyak peminat seperti bibit buah alpukat, bibit buah durian, bibit tanaman kayu putih, bibit buah jeruk, bibit sayur-sayuran dan juga bibit tanaman obat herbal (Qomariyah & Utomo, 2021). Tingginya permintaan terhadap tanaman hias dan bibit buah-buahan semakin meningkat seiring dengan tren *home gardening*, bahkan permintaannya kini melampaui jumlah yang tercatat sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Harga tanaman pada covid-19 juga melonjak tinggi dari harga yang sebelumnya di karenakan permintaan yang tinggi dan barang yang terbatas sehingga banyak konsumen yang berlomba-lomba untuk mendapatkan barang yang *limited edition* seperti monstera dan aglonema yang di bandrol dengan harga tinggi tetapi tetap banyak peminatnya. Harga yang melonjak tinggi menjadikan banyak masyarakat juwet yang keteteran dalam mencari barang, dan untuk pembibitan masyarakat setiap harinya terus memproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Keunikan dari berbagai tanaman seperti aglonema yang berbagai warga yang meranik seperti aglonema suksom

dengan warna full merah merona menjadikan banyak orang yang berminat membeli meskipun dengan harga yang cukup mahal, contoh lain seperti monstera dengan keunikan daunnya apalagi *monstera varigata*, keunikan daunnya yang berwarna hijau dengan bercak putih membuat para konsumen yang *hobby* mengoleksi tanaman semakin gencar untuk memilikinya walaupun di bandrol jutaan bahkan sampai puluhan juta. Selain tanaman hias, bibit tanaman obat herbal juga banyak di gemari apalagi pada waktu covid-19 banyak masyarakat yang membeli dan menanam tanaman obat herbal untuk penyembuhan penyakit covid-19 contoh dari tanaman obat herbal yaitu jahe, kunyit, lengkuas, kencur.

Peran *media sosial* sangat berpengaruh dalam kelangsungan penjualan tanaman hias dan bibit buah di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang kini memanfaatkan berbagai platform seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, situs web, dan *Instagram* untuk berbelanja. Sehingga memudahkan para konsumen yang berdomisili jauh tetap bisa menikmati tanaman yang sedang banyak di gandrungi, dengan adanya *shopee*, *tokopedia*, *lazada*, dan *Instagram* ini menjadikan masyarakat desa Juwet semakin maju di sektor perekonomian. Bahkan penjualan tanaman nomer satu di *shopee* yang di menangkan salah satu pemuda juwet pada tahun 2020 dengan nama toko UD. Superunggul yang barangnya sudah terjual lebih dari 10ribu lebih pembeli. Adanya media sosial ini menjadikan anak muda di desa Juwet kabupaten Nganjuk terjun di dunia bisnis online, bahkan perorang memiliki lebih dari satu akun toko. Selain itu banyak juga yang membuka peluang dengan memberlakukan *dropshipper* sehingga membuka peluang untuk orang lain yang

ingin mendapatkan penghasilan meskipun tidak memiliki barangnya secara langsung. Lain dengan anak muda, orangtua yang tidak paham dengan adanya media sosial juga berperan penting pasalnya mereka menjadi produsen yang membuat bibit sampai siap jual sehingga semua masyarakat desa Juwet saling berkembang bersama.

Ekonomi memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari manusia, karena hampir setiap aktivitas kita selalu berkaitan dengan kebutuhan ekonomi. Dengan adanya ekonomi, individu memiliki peluang untuk memenuhi berbagai kebutuhan dasar seperti hunian, makanan, pakaian, dan lain-lain. Di Indonesia, banyak orang yang bekerja di sektor pertanian, baik itu dalam bidang pertanian tanaman maupun peternakan. Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia. Sebagian besar penduduk sangat bergantung pada sektor ini, yang juga menjadi penyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Kemajuan dalam bidang teknologi informasi memberikan pengaruh yang sangat signifikan. Pengaruh tersebut bisa berupa dampak yang bersifat negatif maupun positif. *Internet*, sebagai salah satu elemen dari kemajuan teknologi informasi, memungkinkan manusia untuk saling terhubung tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia pada tahun 2020, jumlah pengguna *internet* diperkirakan mencapai 196,7 juta orang, yang meningkat drastis dibandingkan dengan 171 juta pengguna pada tahun 2019. Dari sini, lahirlah sebuah platform yang memfasilitasi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi secara jarak jauh, yaitu *media sosial*. (Mahendra & Iswarini,

2023) . Manfaat media sosial saat ini sangatlah berpengaruh untuk semua kalangan bisnis salah satunya dalam bidang pertanian. Meskipun media sosial belum lumrah atau masih asing bagi petani di berbagai desa terutama yang memiliki akses internet terbatas, akan tetapi media sosial dapat membantu dalam memberikan informasi seperti perkiraan cuaca, memilih pemilihan benih, dan teknik pertanian terbaru. Selain itu pasar online seperti penjualan hasil panen di suatu daerah sekarang lebih mudah jika menggunakan media sosial, pasalnya antara penjual dan pembeli dapat berkomunikasi meskipun tidak secara langsung, apalagi sekarang semakin canggih dengan adanya fitur video call sehingga antara penjual dan pembeli dapat melihat suatu kondisi melalui handphone dengan kapasitas yang asli dan dapat melakukan pengontrolan dan pemantauan jarak jauh.

Potensi yang di miliki oleh pengusaha tanaman hias adalah kekuatan dari pengelolaan secara langsung (Nugroho *et al.*, 2022). Pengembangan usaha tanaman hias dan tanaman daun di era digital ini sangat membantu para pengusaha terlebih tentang tanaman, pasalnya di era digital ini banyak para penjual tanaman yang berkembang terlebih sudah banyak pengetahuan mengenai media sosial yang akan di gunakan. Contohnya shopee, pada fitur shopee terdapat akses yang dapat menghubungkan penjual dan pembeli dengan adanya *live streaming*, secara tidak langsung dengan adanya *live* pembeli semakin merasa percaya karena barang yang di jual dapat di perlihatkan secara *real time*. Apalagi di shopee juga ada fitur pengembalian barang apabila barang yang di kirim tidak sesuai sehingga menambah tingkat kepercayaan para konsumen untuk membeli dengan aplikasi ini. Selain

dengan shopee, biasanya tanaman juga banyak di jual di Instagram, tetapi jika di Instagram terkadang banyak *owner* atau penjual yang kurang dapat di percaya karena tidak fitur khusus untuk penjualan. Biasanya instagram ini menjadi media para penjual untuk terhubung langsung ke whatsapp atau shopee. Di Instagram sendiri memiliki daya tarik tersendiri karena dapat mengunggah *story* dan *feeds* dengan model yang di inginkan seperti memberikan penyuluhan terkait pengemasan produk untuk di kirim ke luar kota, cara pemakain pupuk yang di gunakan pada tanaman.

Pada penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengaruh media sosial dan covid-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan masyarakat desa Juwet kabupaten Nganjuk untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Adanya indikasi yang menunjukkan bahwa tingkat pengembangan usaha tanaman hias yang di lakukan masyarakat desa Juwet di banding pesaing yang lain. Melihat fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN COVID-19 PADA PENGEMBANGAN USAHA TANAMAN HIAS DAN BIBIT BUAH-BUAHAN UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN DESA JUWET KABUPATEN NGANJUK”**.

Tinjauan Pustaka Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat dapat dilihat dari pemenuhan kebutuhan dasar, seperti pakaian, makanan, tempat tinggal, pendidikan, dan pelayanan kesehatan. Hal ini biasanya diukur dengan menggunakan *Human Development Index* (HDI), yang

mencakup aspek kesehatan, ekonomi, dan pendidikan sebagai indikatornya. (Aliyah, 2022). Menurut Todaro dan Smith, kesejahteraan tercapai jika kebutuhan pokok terpenuhi, didukung oleh pendapatan memadai, pemerataan ekonomi, pendidikan yang terjangkau, serta layanan kesehatan berkualitas. Faktor internal seperti kondisi keluarga dan faktor eksternal seperti ekonomi negara dan nilai hidup memengaruhi kesejahteraan. Dalam konsep modern, kesejahteraan berarti kemampuan memenuhi kebutuhan pokok untuk mencapai kualitas hidup yang setara di masyarakat (Fadilah, 2020).

Tahapan Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab wirausaha untuk menciptakan nilai jangka panjang melalui kreativitas, motivasi, dan kemampuan menangkap peluang. Menurut Subagyo (2008), pengembangan usaha meliputi vertikal, yaitu perluasan yang berkaitan langsung dengan bisnis utama, dan horizontal, yang memperkuat bisnis utama tanpa hubungan produk langsung. Humaizar (2010) menambahkan bahwa pengembangan dapat dilakukan melalui perluasan ke hulu atau hilir, diversifikasi usaha, atau menjual bisnis (franchise). Strategi pengembangan menurut Hendro (2011) mencakup pengembangan produk, sistem penjualan, dan strategi penyatuan. Proses ini menantang karena melibatkan keseimbangan antara keunggulan kompetitif dan peluang bisnis baru (Adolph, 2016). Ariana (2016) menjelaskan bahwa tahap pertumbuhan usaha kecil meliputi eksistensi, survival, sukses, dan take-off, di mana perusahaan dapat berkembang secara vertikal atau horizontal.

Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan interaksi tanpa batas ruang dan waktu, digunakan

untuk berbagi informasi, komunikasi, dan bisnis. Menurut Lewis (2010), media sosial menghubungkan individu secara digital untuk berbagi pesan dan berinteraksi. Fungsinya mencakup komunikasi, branding, pemasaran, dan sebagai wadah usaha, terutama di masa pandemi COVID-19, ketika aktivitas daring meningkat. Media sosial menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk mempromosikan produk karena akses yang luas, cepat, dan tanpa batas geografis, sehingga membantu mengoptimalkan bisnis dan meningkatkan keuntungan (Abidin Achmad et al., 2020).

Covid-19

Pada akhir tahun 2019, virus SARS-CoV-2 yang menyebabkan pandemi *COVID-19* pertama kali ditemukan di Wuhan, China, dan dengan cepat menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Dampaknya meluas ke berbagai sektor, terutama ekonomi, dengan kebijakan seperti PSBB dan Work From Home memengaruhi aktivitas bisnis. Bisnis terklasifikasi menjadi stabil, menurun, dan berkembang, di mana UMKM yang beralih ke digital mengalami pertumbuhan, sementara sektor berbasis kunjungan seperti pariwisata dan ritel offline terpukul. Pandemi juga memengaruhi UMKM dengan berkurangnya bahan baku, penurunan penjualan, dan keterbatasan modal, sementara secara global, pandemi merusak rantai pasokan, menekan harga komoditas, dan meningkatkan risiko resesi ekonomi (Larasati & Wijaya, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada *positivism philosophy*, yang berkeyakinan bahwa

fenomena atau gejala dapat dikategorikan, diukur, dan memiliki hubungan sebab-akibat yang jelas. Metode ini diterapkan untuk menganalisis sampel representatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif untuk menganalisis data yang telah terkumpul tanpa bermaksud menarik kesimpulan umum (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini melibatkan masyarakat Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk, yang menjalankan usaha tanaman hias dan bibit buah sebagai populasi. Dalam menentukan sampel, digunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan dengan mengikuti pedoman yang disarankan oleh Sugiyono (2017), yaitu 20 kali jumlah variabel yang diteliti. Karena penelitian ini mengidentifikasi empat variabel, maka jumlah responden yang diperlukan adalah sebanyak 80 orang.

Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Responden yang terlibat dalam penelitian ini meliputi para pengusaha tanaman hias dan bibit buah-buahan yang berada di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk, serta konsumen yang memiliki pengalaman dalam membeli bibit tanaman. Kuesioner yang digunakan berbentuk tertutup, dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan untuk mempermudah responden dalam memilih jawaban sesuai dengan kondisi mereka. Pengukuran dalam kuesioner menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima kategori, mulai dari "Sangat Tidak Setuju" (nilai 1) hingga "Sangat Setuju" (nilai 5).

Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu kesejahteraan masyarakat sebagai variabel dependen, tahapan pengembangan usaha sebagai variabel intervening, media sosial sebagai variabel independen, dan pandemi Covid-19 sebagai variabel independen kedua. Kesejahteraan masyarakat diukur menggunakan indikator kesehatan, ekonomi, dan pendidikan berdasarkan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Tahapan pengembangan usaha mengacu pada langkah-langkah inovatif yang diambil pengusaha untuk menangkap peluang bisnis. Media sosial didefinisikan sebagai platform untuk berbagi informasi dan promosi bisnis secara online. Pandemi Covid-19 dijelaskan sebagai faktor eksternal yang berdampak pada stabilitas dan perkembangan usaha.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS), yang cocok untuk analisis hubungan kausalitas antar variabel laten. Prosedur analisis meliputi pengujian outer model dan inner model. Outer model digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator melalui uji convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's Alpha. Inner model digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten dengan indikator R-Square. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis direct effect untuk pengaruh langsung dan indirect effect untuk pengaruh tidak langsung dengan mediator. Signifikansi ditentukan berdasarkan nilai p-value ($< 0,05$).

Model penelitian yang diajukan diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang hubungan antara media sosial, pandemi Covid-19, tahapan pengembangan

usaha, dan kesejahteraan masyarakat di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk. Analisis yang komprehensif memungkinkan penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan usaha lokal di masa pandemi dan pascapandemi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Estimasi

Deskripsi Data

Deskripsi data pada penelitian ini akan mengidentifikasi karakteristik responden berdasarkan hasil kuisisioner yang telah di edarkan. Kuisisioner di sebarakan kepada responden secara online melalui Google Formulir ke 126 responden.

Hasil Olah Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis dengan bantuan Software SmartPLS 4.0. Penelitian ini menggunakan dua tahapan yaitu Outer Model (Model Measurement) dan Inner Model (Model Structural). Berikut adalah hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti:

Analisis Outer Model (Model Measurement)

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap item pernyataan pada tiap variabel. Uji ini memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan yakni validity convergen, discriminant validity, dan average variance extracted (AVE). Berikut adalah hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti:

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan kriteria faktor loading dengan nilai loading factor $>0,7$ di katakana ideal dan nilai loading factor $>0,5$ masih dapat di terima.

Tabel 1. uji validitas konvergen

Variabel	Indikator	X1	X2	Z	Y	Hasil
Media sosial	X1.1	0,719				Valid
	X1.2	0,804				Valid
	X1.3	0,803				Valid
	X1.4	0,708				Valid
	X1.5	0,718				Valid
Covid 19	X2.1		0,732			Valid
	X2.2		0,731			Valid
	X2.3		0,735			Valid
	X2.4		0,752			Valid
	X2.5		0,754			Valid
Pengembangan usaha	Z1			0,719		Valid
	Z2			0,768		Valid
	Z3			0,742		Valid
	Z4			0,747		Valid
	Z5			0,775		Valid
	Z6			0,753		Valid
Kesejahteraan masyarakat	Y1				0,742	Valid
	Y2				0,808	Valid
	Y3				0,755	Valid
	Y4				0,753	Valid
	Y5				0,736	Valid
	Y6				0,797	Valid

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Dari tabel yang tertera, terlihat bahwa setiap nilai pada indikator atau *outer loading* lebih besar dari 0,5, yang berarti semua indikator tersebut valid karena telah memenuhi kriteria *validitas konvergen* dan siap untuk dilakukan analisis berikutnya.

Uji Validitas Diskriminan

Pada uji diskriminan, suatu hasil dapat dianggap valid jika nilai korelasi antar variabel atau *cross loading* menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya.

Tabel 2. uji validitas diskriminan

	Covid 19	Kesejahteraan masyarakat	Media sosial	Pengembangan usaha
X1.1	0.564	0.522	0.719	0.541
X1.2	0.594	0.592	0.804	0.624
X1.3	0.589	0.643	0.803	0.718
X1.4	0.570	0.461	0.708	0.470
X1.5	0.484	0.491	0.718	0.508
X2.1	0.732	0.532	0.486	0.550
X2.2	0.731	0.472	0.499	0.565
X2.3	0.735	0.529	0.580	0.615
X2.4	0.752	0.623	0.541	0.636

	Covid 19	Kesejahteraan masyarakat	Media sosial	Pengembangan usaha
X2.5	0.754	0.556	0.645	0.625
Y1	0.532	0.743	0.570	0.554
Y2	0.557	0.808	0.516	0.653
Y3	0.600	0.755	0.546	0.603
Y4	0.585	0.753	0.581	0.638
Y5	0.546	0.736	0.604	0.691
Y6	0.557	0.797	0.527	0.618
Z1	0.555	0.504	0.502	0.719
Z2	0.688	0.640	0.592	0.768
Z3	0.629	0.619	0.558	0.742
Z4	0.606	0.602	0.650	0.747
Z5	0.632	0.634	0.654	0.775
Z6	0.526	0.686	0.514	0.753

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Setiap indikator dalam variabel penelitian menunjukkan nilai *cross loading* yang paling tinggi jika dibandingkan dengan nilai pada variabel lainnya. Hal ini mengonfirmasi bahwa setiap indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

Uji AVE (Average Variance Extracted)

Pengujian yang baik adalah ketika hasil uji AVE dengan nilai melebihi 0,50, maka nilai tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 3. uji AVE

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Hasil
X1	0,549	Valid
X2	0,586	Valid
Z	0,565	Valid
Y	0,564	Valid

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *AVE* untuk seluruh variabel melebihi 0,5. Hal ini menandakan bahwa setiap variabel memiliki tingkat *discriminant validity* yang baik..

Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha Coefisient. Nilai Cronbach's Alpha Coefisient 0,50

sampai 0,60 dianggap sebagai nilai cukup reliabilitas. Syarat nilai Composite Reability minimal 0,70 sedangkan nilai ideal adalah 0,80 atau 0,90.

Croanbach Alpha

Nilai Cronbach's Alpha Coefisient 0,50 sampai 0,60 dianggap sebagai nilai cukup reliabilitas.

Tabel 4. Croanbach alpha

Variabel	Croanbach alpha	Hasil
X1	0,795	Reliabel
X2	0,859	Reliabel
Z	0,808	Reliabel

Variabel	Croanbach alpha	Hasil
Y	0,845	Reliabel

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Nilai Croanbach Alpha dari seluruh variabel memiliki nilai >0,6. Hasil ini menunjukkan bahwa tiap variabel penelitian telah memenuhi persyaratan. Sehingga dapat dinyatakan

pada setiap variabel memiliki nilai tingkat reliabilitas yang tinggi.

Composite Reliability

Syarat nilai Composite Reability minimal 0,70 sedangkan nilai ideal adalah 0,80 atau 0,90.

Tabel 5. Composite reliability

Variabel	Composite Reliability	Hasil
X1	0,859	Reliabel
X2	0,895	Reliabel
Z	0,866	Reliabel
Y	0,886	Reliabel

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* untuk setiap variabel dalam studi ini melebihi angka 0,8. Nilai ini membuktikan kalau tiap variabel sudah penuh Composite Reliability serta bisa diambil kesimpulan segala variabel mempunyai tingkatan reliabilitas yang baik.

Analisis inner model

R-square

Nilai R-Square < 0,70, < 0,50, < 0,25 menunjukan model yang kuat, sedang dan moderate dan lemah. Apabila nilai semakin besar, maka ini menunjukan prediktor model semakin baik dalam melakukan penjelas variance. Berikut adalah hasil R-square.

Tabel 6. R-square

	R-square
Kesejahteraan Masyarakat	0.702
Pengembangan Usaha	0.721

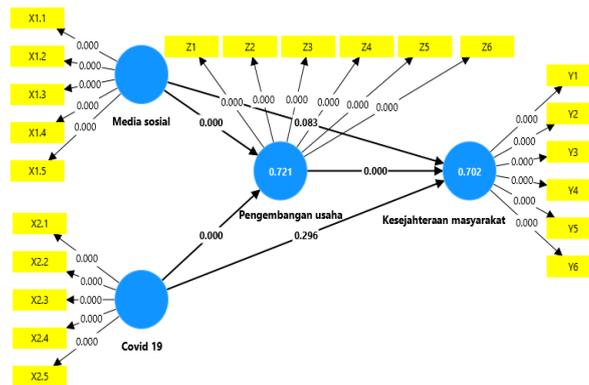
(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Dilihat dari tabel diketahui masing-masing nilai R-square dari kesejahteraan masyarakat dan pengembangan usaha adalah 0,702 dan 0,721. Artinya variabel kesejahteraan dan pengembangan udaha menunjukkan pada model kuat.

Uji hipotesis

Model Struktural Dalam (Inner Model) adalah suatu pendekatan struktural yang digunakan untuk meramalkan hubungan sebab-akibat di antara variabel laten atau untuk menguji

hipotesis yang ada. Untuk menguji hipotesis dapat menggunakan statistik dari proses bootstrapping dengan nilai > 1,96 dan bisa juga menggunakan p-value dengan nilai < 0,05. Hipotesis untuk nilai statistik dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dan t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Dengan demikian, hipotesis akan diterima atau ditolak berdasarkan kriteria jika t-statistik lebih besar dari 1,96 dan P-Values memiliki nilai di bawah 0,05.



(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standart deviation (STDEV)	T Statistics	P value	Hasil
X1 ke Z	0,383	0,388	0,082	4,667	0,000	Signifikan
X2 ke Z	0,525	0,518	0,087	6,017	0,000	Signifikan
Z ke Y	0,559	0,558	0,122	4,584	0,000	Signifikan
X1 ke Y	0,192	0,186	0,111	1,736	0,083	Tidak signifikan
X2 ke Y	0,141	0,148	0,135	1,046	0,296	Tidak signifikan
X1 ke Y melalui Z	0,214	0,215	0,060	3,538	0,000	Signifikan
X2 ke Y melalui Z	0,293	0,292	0,091	3,234	0,000	Signifikan

(Sumber: Olah data peneliti, 2024)

Hipotesis pertama menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Nilai Original Sample sebesar 0,383 yang artinya arah hubungan antara variabel X1 dan Z menunjukkan hubungan yang positif. Selanjutnya, diketahui bahwa nilai p value lebih kecil dari 0,05 dengan nilai 0,000 artinya $0,000 < 0,05$. Dan nilai T statistic lebih dari 1,96 dengan nilai 4,667 artinya $4,667 > 1,96$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha, H1 diterima.

Hipotesis kedua menyatakan bahwa covid 19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Nilai Original Sample sebesar 0,383 yang artinya arah hubungan antara

variabel X2 dan Z menunjukkan hubungan yang positif. Selanjutnya, nilai p value lebih kecil dari 0,05 dengan nilai 0,000 artinya $0,000 < 0,05$. Dan nilai T statistik lebih dari 1,96 dengan nilai 6,017 artinya $6,017 > 1,96$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa covid 19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha, H2 diterima.

Hipotesis ketiga mengungkapkan bahwa pengembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Nilai Original Sample sebesar 0,525 yang artinya arah hubungan antara variabel Z dan Y menunjukkan hubungan yang positif. Selanjutnya, nilai p value lebih kecil dari 0,05 dengan nilai 0,000 artinya $0,000 < 0,05$. Dan nilai T statistic lebih dari 1,96 dengan nilai

4,584 artinya $4,584 > 1,96$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat, H3 diterima.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Nilai Original Sample sebesar 0,192 yang artinya arah hubungan antara variabel X1 dan Y menunjukkan hubungan yang positif. Namun, nilai p value lebih besar dari 0,05 dengan nilai 0,083 artinya $0,083 > 0,05$. Dan nilai T statistik kurang dari 1,96 dengan nilai 1,736 artinya $1,736 < 1,96$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat, H4 ditolak.

Hipotesis kelima menyatakan bahwa pandemi *Covid-19* memiliki dampak positif namun tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Nilai *Original Sample* yang tercatat sebesar 0,141 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X2 dan Y cenderung positif. Di sisi lain, nilai p value yang lebih besar dari 0,05, yaitu 0,296 ($0,296 > 0,05$), menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan. Selain itu, nilai *T-statistic* yang berada di bawah 1,96, yakni 1,046 ($1,046 < 1,96$), menguatkan bahwa hubungan ini tidak cukup kuat untuk disimpulkan signifikan. Dengan demikian, berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Covid-19* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat, sehingga hipotesis H5 ditolak.

Hipotesis enam mengemukakan bahwa *media sosial* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat melalui

pengembangan usaha. Dengan nilai Original Sample sebesar 0,214, hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel X1 dan Y melalui Z. Selain itu, p value yang lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$), serta nilai T statistik yang lebih besar dari 1,96, yaitu 3,538 ($3,538 > 1,96$), mendukung temuan tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *media sosial* berperan positif dan signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha, sehingga H6 diterima.

Hipotesis ketujuh mengungkapkan bahwa pandemi *COVID-19* memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan usaha. Berdasarkan nilai Original Sample sebesar 0,293, hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel X2 dan Y melalui Z. Selain itu, p value yang lebih kecil dari 0,05, yaitu 0,000 ($< 0,05$), serta T statistik yang lebih besar dari 1,96, yaitu 3,234 ($> 1,96$), mendukung kesimpulan tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *COVID-19* mempengaruhi kesejahteraan masyarakat secara positif melalui pengembangan usaha, sehingga hipotesis H7 diterima. Dengan kata lain, jika luas wilayah bertambah 1 hektar, maka produksi padi akan meningkat sebesar 0,543601 ton. Sebaliknya, jika luas wilayah berkurang 1 hektar, maka produksi padi akan turun sebesar 0,543601 ton.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha

Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Penggunaan media sosial yang tepat dalam pemasaran produk dapat

menarik minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian, yang pada gilirannya berkontribusi pada perkembangan usaha. Hal ini sesuai dengan temuan sebelumnya oleh Yosepha (2021), yang juga menemukan adanya hubungan positif signifikan antara media sosial dan pengembangan usaha.

Media sosial, sebagai platform pemasaran digital, memungkinkan usaha untuk lebih mudah diakses oleh konsumen, yang semakin mengarah pada peningkatan penjualan. Hidayati et al. (2020) juga mencatat bahwa media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap UMKM. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan media sosial dalam usaha tanaman hias dan bibit buah-buahan terbukti mendorong pengembangan usaha yang pesat, terutama dengan kemudahan akses yang diberikan oleh platform e-commerce.

Pengaruh COVID-19 Terhadap Pengembangan Usaha

Penelitian ini menemukan bahwa COVID-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha, khususnya pada usaha tanaman hias dan bibit buah-buahan. Masa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk menjalankan social distancing menciptakan kesempatan bagi banyak orang untuk memulai hobi baru, seperti budidaya tanaman. Hal ini menyebabkan permintaan untuk produk-produk terkait tanaman meningkat secara signifikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Hamanay et al. (2021) yang menunjukkan bahwa meskipun tidak semua sektor usaha mengalami pengembangan selama pandemi, usaha di sektor tanaman hias justru mengalami lonjakan penjualan. Pandemi, yang membatasi kegiatan sosial, secara tidak

langsung mendorong masyarakat untuk beralih ke kegiatan di rumah, termasuk berkebun. Dengan demikian, usaha tanaman hias dan bibit buah-buahan mendapatkan keuntungan dari kondisi ini.

Pengaruh Pengembangan Usaha Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pengembangan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin baik perkembangan suatu usaha, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan usaha yang berhasil meningkatkan daya beli konsumen, serta memperkenalkan produk yang berkualitas, dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Hidayat (2022), yang menyatakan bahwa pengembangan usaha, khususnya UMKM, berperan penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk, usaha tanaman hias dan bibit buah-buahan telah memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat setempat, dengan menciptakan peluang ekonomi yang lebih baik bagi warga.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki pengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat, pengaruh ini tidak signifikan. Penggunaan media sosial dalam berbisnis dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang berpotensi mendorong keputusan pembelian. Namun, meskipun media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja, efeknya terhadap

kesejahteraan masyarakat di Desa Juwet masih terbatas.

Temuan ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Septiana (2021), yang menunjukkan pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial dan kesejahteraan masyarakat, terutama selama pandemi COVID-19. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh karakteristik daerah dan cara penggunaan media sosial yang lebih efektif di beberapa wilayah. Walaupun demikian, media sosial tetap memainkan peran penting dalam pengembangan usaha yang pada akhirnya bisa berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pengaruh COVID-19 Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

COVID-19 terbukti memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dalam penelitian ini. Selama pandemi, banyak usaha yang terdampak negatif akibat pembatasan sosial dan penurunan daya beli masyarakat. Kendati demikian, beberapa sektor usaha, seperti usaha tanaman hias dan bibit buah-buahan, mengalami peningkatan karena perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. Meskipun demikian, secara keseluruhan pandemi COVID-19 masih memberikan dampak negatif terhadap kesejahteraan masyarakat karena banyak usaha yang kesulitan bertahan, terutama yang bergantung pada kegiatan tatap muka dan interaksi sosial.

Hasil penelitian ini mendukung temuan oleh Lusya et al. (2021), yang menyatakan bahwa COVID-19 berdampak negatif terhadap kesejahteraan masyarakat, terutama terkait dengan menurunnya pendapatan akibat pembatasan sosial dan penurunan daya beli.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui

Pengembangan Usaha

Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha. Promosi yang efektif melalui media sosial dapat mempercepat perkembangan usaha, yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, semakin besar potensi mereka untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Temuan ini mendukung penelitian oleh Tanjung et al. (2021), yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha dan kesejahteraan. Pelatihan yang tepat dalam penggunaan media sosial dapat memperkuat daya saing usaha lokal, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengaruh COVID-19 Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha

Pandemi COVID-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha. Meskipun pandemi menyebabkan kesulitan bagi sebagian besar usaha, beberapa sektor, seperti usaha tanaman hias dan sepeda, mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup masyarakat selama pandemi dapat mendorong perkembangan usaha yang berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan.

Penelitian ini bersebrangan dengan temuan Safitri (2020), yang mengungkapkan bahwa pandemi COVID-19 menyebabkan kesulitan

besar bagi pelaku UMKM, termasuk penurunan pendapatan dan kesulitan memperoleh bahan baku. Namun, bagi usaha tanaman hias dan bibit buah, situasi pandemi justru membuka peluang baru, yang berujung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan di Desa Juwet, Kabupaten Nganjuk, dapat disimpulkan bahwa *media sosial* serta pandemi Covid-19 memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemajuan usaha tanaman hias dan bibit buah. Dampak ini akhirnya berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Namun, pengaruh langsung dari *media sosial* dan Covid-19 terhadap kesejahteraan masyarakat tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang terbatas dan hanya memfokuskan pada beberapa variabel. Oleh karena itu, untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk memperluas jumlah responden serta menambah variabel lain, seperti analisis keputusan pembelian atau perkembangan usaha, demi mendapatkan hasil yang lebih akurat dan menyeluruh.

Daftar Pustaka

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Affrendha, R. L., & Lestari, W. D. (2024). On Purchasing Decisions On Tiktokshop With Brand Image As A Moderating Variable Pengaruh Review Content Creator , Brand Ambassador , Dan Customer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktokshop Dengan Citra Merk Sebagai Variabel Moderasi. 5(April 2021).
- Aini, E. N., Isnaini, I., Sukamti, S., & Amalia, L. N. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat di Kelurahan Kesatrian Kota Malang. *Technomedia Journal*, 3(1), 58–72. <https://doi.org/10.33050/tmj.v3i1.333>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Amir, N., Sudiby, R., & Hasanah, M. (2020). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing terhadap Kinerja Pedagang Bunga di Desa Sidomulyo, Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(2), 373–383. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.02.15>
- Andajani, W., & Rahardjo, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Alpukat. *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 4(2), 143. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i2.1058>
- Ariana. (2016). Tahap-tahap pertumbuhan usaha.
- Askaly, D., Riky, M., & Feby, A. (2023). Pengenalan dan Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias di Kecamatan Tamalate. 1(1), 15–18. <https://doi.org/10.35870/ib.v1i1.164>
- Ayu, D., Puspita, K., Kolopaking, L. M., & Hakim, L. (2022). KELOMPOK PEDAGANG TANAMAN HIAS PADA MASA PANDEMI COVID-19 Transactional Leadership and Business Progress of Ornamental Plant Traders Group during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Sains Komunikasi Dan*

- Pengembangan Masyarakat, 05(06), 768–784.
- Azizah, F. N., & Zuraidah. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Juwet Berbasis. *Jurnal Abdikmas Ukk*, 1(2), 145–151. <http://www.ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/abdikmas/article/view/560>
- Dewi, E., Amaliyah, E., St, S., Prabasari, B., Pd, S., & Ak, M. (2021). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA KOMUNITAS PETANI TANAMAN HIAS. 3(2), 252–257.
- Fadhli, K., & Fahimah, D. A. N. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (Kpm) Bantuan Sosial Covid-19. *Jurnal Education and Development*, 9(3), 118–124.
- Fadilah, N. (2020). Konsep Kesejahteraan Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(1), 51. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Fathony, A. A., Iqbal, M., & Sopian, A. (2019). Pengaruh Alokasi Dana Desa Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat di desa Langonsari Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10(31), 41–57.
- Ghozali. (2019). Pengujian model struktural dengan menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (SEM PLS) yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas dan pengujian hipotesis. 32–41.
- Haile G, A. M. and E. A. (2023). No Titleการบริหารจัดการการบริการที่มีคุณภาพในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 4(1), 88–100.
- Hamanay, N. D., Ekasari, L. U. H. D., & Mukoffi, A. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM Pada Pabrik Usaha Tahu Amda (Nency Diera Hamanay; Luh Dina Ekasari; Ahmad Mukoffi). *Akuntansi Kompetif*, 4(3), 1–7. <https://ejournal.kompetif.com/index.php/akuntansikompetif/article/view/717%0Ahttps://ejournal.kompetif.com/index.php/akuntansikompetif/article/download/717/542>
- Hartono, R., Sudiarjo, A., Supriatman, A., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2024). Pemanfaatan Social Media Marketing Untuk Pemasaran Digital Bagi Umkm Tanaman Hias. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 2024.
- Hendro. (2011). Dasar - Dasar Kewirausahaan. Erlangga.
- Hidayat, A. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Humaizar. (2010). Manajemen Peluang Usaha. Dian Anugerah Perkasa.
- Khairani, L. (2021). Lisa Khairani Setelah Sidangxfix. In STRATEGI PEMASARAN TANAMAN HIAS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pedagang Tanaman Hias Di Desa Bunut Seberang Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan Sumatera Utara) (Vol. 19).
- Khairunissa, O., & Juli Ratnawati. (2021). 肖沉 1, 2, 孙莉 1, 2Δ, 曹杉杉 1, 2, 梁浩 1, 2, 程焱 1, 2. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 27(2), 58–66.
- Kristanti, B. A. (2021). Analisis Peningkatan Pendapatan Usaha Pertanian Tanaman Hias Pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 414–428. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v7i2.609>

- Larasati, A. A., & Wijaya, E. (2022). Jurnal Bisnis dan Manajemen. Determinasi Faktor-Faktor Keputusan Hedging Dengan Instrumen Derivatif Pada Perusahaan Manufaktur, 9(1), 193–204.
<http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Lewis, B. K. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions. *Public Relations Journal*, 4.
- Lusya, S., Gorahe, V., Waani, F., & Tasik, F. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa. *Eksekutif*, 1(1), 1–9.
<https://www.kemkes.go.id/>,
- Mahendra, Y. I., & Iswarini, H. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Tanaman Hias Bonsai Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sidomulyo Kecamatan Gunungmegang Kabupaten Muara Enim. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 11(2), 90.
<https://doi.org/10.32502/jsct.v11i2.5577>
- Manajemen, P., Arditta, T. W., & Umarudin, M. (2023). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Tanaman Hias Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. 2, 153–166.
- Megasari, D., Syaiful, K., & Zamroni, A. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias pada Masa Pandemi Covid-19 di Mekar Jaya Nursery. *Prosiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan*, 329, 329–341.
<https://economy.okezone.com/read/2021/05/21/455/2413497/ini-alasan->
- Nafsiah, S. N., Agustina, M., Sahfitri, V., & Marlindawati, M. (2022). Eksploitasi Digital Marketing Sebagai Usaha Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Pelaku UMKM Tanaman Hias Hafiz Flower. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Darma*, 2(2), 99–108.
<https://doi.org/10.33557/pengabdian.v2i2.1725>
- Nugroho, A., Kartadie, R., & Hudianti, E. (2022). Pelatihan Online Marketing Bagi Pengusaha Tanaman Dalam Rangka Pengembangan Usaha Tanaman Hias. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia.*, 1(1), 22.
<https://doi.org/10.26798/jpm.v1i1.564>
- Nurfathiyah, P., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Matindas, K. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Efikasi Diri Petani Tanaman Hias dalam Menggunakan Media Sosial untuk E-Commerce. *Jurnal Penyuluhan*, 20(01), 138–148.
<https://doi.org/10.25015/20202450712>
- Ocbiani, Y. (2018). Pengaruh Budidaya Tanaman Hias Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Di Desa Curug Kecamatan Gunungsindur Kabupaten Bogor. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Qomariyah, S. N., & Utomo, W. (2021). Strategi Pemasaran Tanaman Hias dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Exact Papers in Compilation*, 3(3), 361–368.
- Safitri, I. (2020). Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19. *Univesitas Negeri Yogyakarta*, 19804244029, 1–20.
<https://ideas.repec.org/p/osf/osfxxx/jm6u2.html>
- Science, G., & Outlook, E. (2020). 何霄嘉 1, 郑大玮 2, 许吟隆 3 (1. 32(2), 58–65.
- Septiadi, D., Fadli, F., & Irmayanti, A. (2022). Analisis Faktor Internal-Eksternal Pengembangan Tanaman Hias di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UD . Yuka Garden Kota Mataram). *Justek: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(2), 431–441.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/justek>
- Septiana, N. Z. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Dan Kesejahteraan Sosial Remaja Dimasa Pandemi Covid-19. *Nusantara of Research : Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Universitas Nusantara*

- PGRI Kediri, 8(1), 1–13.
<https://doi.org/10.29407/nor.v8i1.15632>
- Subagyo, A. (2008). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Gramedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, H., Rosita, Kusasih, I. A. K. R., & Wulandari, A. (2023). Optimalisasi Potensi Tanaman Hias Lokal Sebagai Peluang Usaha Yang Berkelanjutan Di Klaten. *JANAKA : Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 4(1), 30–40. <http://ejournal.lppm-stieatmabhakti.id/index.php/JANAKA/article/view/315>
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435>
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf>
- Ulya, H. N. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 80–109.
<https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i1.2018>
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>
- YOSEPHA, S. Y. (2021). Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffee shop di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 165–181.
<https://doi.org/10.30656/jm.v11i2.3878>