

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan bidang bisnis pada era ke-21 sudah berkembang dengan begitu pesat serta mengalami inovasi terus menerus, para pelaku usaha diharuskan agar selalu peka terhadap inovasi yang terus berkembang dan menempatkan orientasi pada kepuasan para pelanggan sebagai tujuan utamanya (Kotler, 2009). Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian di sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor kunci dalam pembangunan nasional untuk memajukan negara. Sektor pertanian juga menjadi landasan ekonomi masyarakat Indonesia untuk kelangsungan hidup di masa sekarang dan masa depan (Summatmadja, 1989:166).

Negara berkembang melakukan pembangunan ekonomi memiliki tujuan untuk memperkuat perekonomian, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menambah lapangan pekerjaan serta mensetarakan pendapatan. Pembangunan di sektor industri merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi, hal ini dapat dilakukan dalam jangka panjang sehingga dapat memperbaiki struktur ekonomi dan menyeimbangkan antara industri dan pertanian (Upadani dkk, 2013).

Menurut Downey and Erickson (1998) dalam buku Saragih (1998:86) Agribisnis merupakan sebuah aktivitas yang berkaitan dengan penanganan komoditi pertanian yang memiliki arti luas serta menjelaskan tentang aktivitas yang mendorong usaha pertanian dan usaha lain yang menunjang kegiatan pertanian.

Usaha yang saat ini dipandang sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis adalah usaha budidaya tanaman hias. Seiring dengan kemajuan jaman jarang sekali ditemukan lahan hijau yang tertanam berbagai jenis tumbuhan, sehingga menimbulkan keinginan masyarakat untuk mempunyai lahan hijau di halaman rumahnya yang dapat ditanami dengan berbagai jenis tanaman. Peluang usaha tanaman hias merupakan jenis usaha yang akan selalu berjaya dikarenakan sejalan

dengan perkembangan teknologi pertanian sehingga banyak masyarakat ingin menghias rumahnya menjadi lebih indah dengan berbagai tanaman hias (Setiani, 2016).

Kekayaan sumberdaya alam merupakan hal yang penting untuk dipelajari, salah satunya yaitu tanaman hias. Secara ekologi tanaman hias berpengaruh langsung kepada manusia yang diperlukan untuk meminimalisir pengikisan, mengatur suhu dingin, wadah untuk rekreasi dan olahraga serta untuk memenuhi ambisi manusia pada suatu makna keindahan. Tanaman hias juga memiliki fungsi lain dari segi bisnis yang memiliki potensi sangat besar dalam meningkatkan pendapatan serta memperbanyak lapangan pekerjaan (Hutarabat, 2008).

Menurut (Aritonga, 2009) Tanaman hias juga memberikan keuntungan kepada para petani dan pedagang sebagai sumber pendapatan mereka serta memperluas lapangan pekerjaan. Keuntungan lain tanaman hias yaitu dapat menciptakan kenyamanan, kesejukan, keindahan serta kesehatan di lingkungan sekitar. Keindahan bentuk, warna bunga dan kerangka tanaman merupakan nilai keindahan yang dapat dilihat oleh manusia dengan cara menata tanaman sesuai dengan kesenangan masing-masing sehingga terlihat nilai estetikanya. Tanaman hias juga dapat sebagai sumber oksigen yang bermanfaat untuk kehidupan. Maka dari itu perlu kita sadari bahwa tanaman hias memiliki banyak kegunaan dan manfaat bagi manusia. Pertumbuhan ekonomi saat ini tidak lepas dari berkembangnya usaha budidaya tanaman hias dari berbagai kota di Indonesia. Usaha tanaman hias ini tidak hanya sekedar untuk aktivitas pecinta tanaman hias saja, namun saat ini usaha tanaman hias sudah menjadi usaha komersial sehingga dapat membantu memajukan perkembangan industri dan jasa. Saat ini usaha budidaya tanaman hias banyak dipelajari oleh pelaku usaha khususnya daerah perkotaan banyak pelaku usaha yang mengincar segmen usaha ini di karenakan permintaan pada tanaman hias yang cukup tinggi, maka dari itu pelaku usaha merupakan bisnis yang menjanjikan untuk saat ini.

Tanaman hias termasuk dalam komoditas florikultura yang memiliki daya jual yang tinggi, karena prospeknya yang cerah menjadikan usaha tanaman hias ini sebuah usaha yang sangat menjanjikan. Permintaan dari masyarakat ataupun warga

negara asing pada tahun ke tahun cenderung meningkat, karena tanaman hias diposisikan sebagai komoditas perdagangan yang penting di pasar domestik maupun pasar Internasional. Meningkatnya permintaan akan tanaman hias oleh masyarakat lokal atau asing menjadikan industri florikultura di Indonesia akan semakin berkembang (Direktorat Budidaya Tanaman Hias Direktorat Jendral Holtikultura Kementerian Pertanian, 2010).

Usaha tanaman hias saat ini banyak digemari para pelaku usaha yang mengakar dengan pesat di berbagai kota di Indonesia. Peran tanaman hias tidak hanya sebagai perkembangan dari sektor pertanian saja, namun juga memberikan manfaat bagi sektor agrowisata di Indonesia. Dalam perkembangan sektor agrowisata dengan memanfaatkan tanaman hias juga memberikan keuntungan kepada usaha tanaman hias, karena menjadikan budidaya ini memiliki peluang yang baik untuk kedepannya. (Situmorang dkk, 2014).

Keindahan dan keunikan pada tanaman hias yang merupakan daya tarik dan alasan untuk penghobi tanaman hias. Banyak pemula pecinta tanaman hias ini tak segan membayar mahal untuk memiliki tanaman hias ini (Sudarmono, 1997:130). Dan saat ini tanaman hias kerap digunakan sebagai hiasan di sudut-sudut ruangan ataupun teras rumah untuk menambah nilai keindahan pada rumah. Tanaman hias tidak hanya di gunakan unrtuk mempercantik ruangan rumah saja, namun sekarang acara acara besar juga menggunakan tanaman hias karena mengikuti tren yang ada. Tanaman hias merupakan hal yang penting dalam menciptakan nilai estetika di sekitar rumah tinggal kita.

Usaha budidaya tanaman hias adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada pelestarian sumber daya hayati di suatu area lahan untuk diambil manfaat atau hasil panennya. Tanaman hias merupakan tanaman bunga-bunga yang memiliki keunikan tersendiri yang digunakan sebagai hiasan, baik di dalam maupun di luar ruangan dengan tujuan agar memiliki nilai estetika yang dapat memberikan kenyamanan ketika kita sedang berada di lingkungan sekitar kita. Saat ini tanaman hias banyak digunakan untuk hiasan dan dekorasi serta memberikan ucapan selamat dan lainnya. Fungsi secara umum yaitu memberikan keindahan dan nilai estetika, namun tanaman hias biasanya tidak bertahan lama (Santoso, 2010).

Usaha budidaya tanaman hias saat ini sangat banyak ditemui di kota-kota besar Indonesia, bahkan tidak sedikit juga kota-kota besar yang memiliki pusat penjualan tanaman hias. Para pedagang tanaman hias ini menjual berbagai macam jenis tanaman hias, seperti bibit ataupun tanaman hias yang sudah siap untuk dinikmati keindahannya. Ada beberapa pusat penjualan tanaman hias di Indonesia, seperti Sentra Tani yang berada di Bogor, Pasar Bandungan yang berada di Semarang, Komplek Tani Citra Mekar yang berada di Jakarta, Warung Tanam yang berada di Depok dan masih banyak lagi.

Peminat budidaya tanaman hias meliputi individu, perusahaan/industri serta pedagang yang tertarik untuk menjual kembali. Tanaman hias dapat diletakkan dan digunakan untuk dekorasi *indoor* ataupun *outdoor* rumah/kantor seperti teras dan taman. Tak hanya sebagai hiasan, tanaman hias juga dapat dimanfaatkan untuk hiasan dari berbagai kegiatan, baik formal maupun non formal. Penjualan tanaman hias diperjual belikan dalam bentuk pot maupun pohon (Prihmantoro, 1997).

Tanaman hias merupakan tanaman yang dapat memberikan kesan indah serta memberikan daya tarik pada sebuah ruangan *indoor* ataupun *outdoor*. Tanaman hias terbagi dalam 2 kategori yaitu tanaman hias Bunga dan tanaman hias daun. Tanaman hias bunga mempunyai bentuk, ukuran, warna serta aroma yang unik dan eksotis, sedangkan tanaman hias daun memfokuskan daya tarik pada keindahan pada daunnya (Trubus, 1998).

Harga jual tanaman hias dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, seperti jumlah tanaman hias yang sudah menyebar di Indonesia, tanaman hias impor dari negara asing, pertumbuhan tanaman hias yang lama dan sulit untuk dibudidayakan membuat harga tanaman beraneka ragam. Jika tanaman hias memiliki keindahan, keunikan dan masih jarang atau langka jenisnya di Indonesia, maka akan membuat harga jual tanaman hias mencapai puluhan juta hingga ratusan juta. Seperti contoh tanaman hias gelombang cinta dan jemani pernah menjadi primadona yang harganya dapat mencapai ratusan juta bahkan ada yang rela menukarkan rumahnya dengan tanaman tersebut. Gelombang cinta dan jemani memiliki daya tarik pada keindahan daun, dimana kriteria daunnya besar dan lebar.

Harga gelombang cinta dan jemani pada waktu itu sangat tidak wajar dapat mencapai ratusan rupiah. (Sidauruk, 2010).

Banyak pertanyaan tentang siapakah yang pecinta tanaman hias yang mau membeli tanaman tersebut dengan harga yang sangat tidak wajar dan apa alasan mereka rela mengeluarkan uang yang besar demi membeli tanaman hias tersebut. (Bisnis Borneo, 2014). Banyak hal yang menjadi alasan para pecinta tanaman hias berani untuk mengeluarkan dana yang banyak demi memiliki tanaman hias tersebut, seperti karena hobi mengoleksi tanaman hias ataupun tanaman tersebut menjadi investasi mereka. Bagi para penghobi tanaman memiliki tanaman hias yang unik dan langka menjadi kepuasan tersendiri bagi mereka sehingga mereka dapat merasa bangga bisa memiliki tanaman hias tersebut.

Namun, ada beberapa penghobi tanaman hias yang memperoleh ide atau kepekaan terhadap peluang bisnis ini. Keuntungan yang menjanjikan menjadi alasan utama para penghobi tanaman hias terjun dalam dunia usaha tanaman hias, perawatan yang mudah juga menjadi alasan kedua bagi para penghobi tanaman hias. Budidaya tanaman hias rumahan merupakan usaha yang cocok bagi para penghobi tanaman karena tidak mengharuskan membuka toko konvensional, bisa berjualan melalui online atau media sosial. (Ambarwati, 2007).

Prospek usaha tanaman hias yang tinggi membuat berbagai kalangan terjun dalam bisnis ini termasuk anak muda. Menurut mereka usaha tanaman hias merupakan peluang yang menjanjikan karena saat ini permintaan dari konsumen yang sangat meningkat. Setiap usaha pastinya ada kekurangan dan kelebihan yang didapatkan termasuk usaha tanaman hias. Permintaan pasar yang selalu ada serta perawatan tanaman hias yang relatif mudah menjadi keuntungan utama dalam usaha budidaya tanaman hias ini. Kemudian untuk kelemahannya bisnis ini terletak pada penjualannya yang di pengaruhi pada musim- musim tertentu.

Pasar online menjadi salah satu peluang untuk pelaku usaha khususnya pedagang konvensional. Saat ini banyak masyarakat sudah melakukan transaksi belanja melalui online dan masyarakat mulai bergeser pada gaya berbelanja online. Perkembangan teknologi internet yang terus maju membuat peluang yang besar untuk melakukan pemasaran dan pemanfaatan teknologi yakni pemasaran secara

digital. Pemasaran digital adalah salah satu strategi untuk mempromosikan suatu usaha, merk atau bisnis dengan memanfaatkan media sosial (Lestari, 2015). Saat ini pemasaran melalui media sosial sudah banyak dilakukan oleh para pelaku usaha. Penggunaan media sosial dalam sebuah bisnis merupakan fenomena baru yang mengubah cara masyarakat dalam melakukan suatu usaha atau bisnis salah satunya yakni banyak pebisnis tanaman hias dengan online.

Pedagang tanaman hias saat ini banyak memanfaatkan kemajuan teknologi sosial media saat ini seperti Tokopedia, Shoopee, Facebook dan Instagram. Aplikasi yang banyak dan sering digunakan pedagang berjualan online yakni aplikasi Instagram dan Facebook. Jangkauan yang luas di seluruh Indonesia maupun luar negeri membuat pedagang tanaman hias mudah untuk menjual tanamannya. Ada puluhan toko yang menjual di aplikasi Instagram seperti Greeninflog, Kebun.mamaen, Arashaki Plants House, Rimbun_plantsdesigner, Dalia House Plants, Bieplant, Flowtus_plantshop, Gardengarage_id, Blibliplants, Hobi.daun, Pertanaman.duniawi, dan masih banyak lagi.

Dengan adanya kelebihan dan kemudahan dari budidaya tanaman hias pasti ada resiko yang harus dihadapi oleh pelaku usaha tanaman hias, ketika para pelaku usaha sudah yakin dengan apa yang mereka lakukan atau yang mereka pilih harus mau menanggung konsekuensi saat menjalani usaha tersebut. Karena setiap usaha pasti memiliki sebuah resiko dan harus siap untuk menerima resiko tersebut, seperti resiko bangkrut atau gulung tikar. Namun resiko untuk usaha budidaya tanaman hias yakni tanaman yang layu ataupun kalah bersaing dengan para pedagang yang saat ini sudah mengakar di seluruh kota di Indonesia.

Dalam mendirikan sebuah usaha tentunya kita harus benar-benar mempertimbangkan mengapa kita memilih usaha tersebut. Kemudian kita perlu mempelajari apa yang menjadi kelebihan dan kelemahan usaha tanaman hias tersebut, sehingga kita dapat menyusun strategi usaha agar kita dapat bersaing dengan pelaku usaha tanaman hias lain dan pastinya juga menerapkan strategi masing-masing. Kemudahan-kemudahan yang diperoleh dari kemajuan teknologi akan memberikan perubahan pada perilaku pedagang tanaman hias seperti pada penerapan strategi usaha agar dapat bersaing dengan pelaku usaha tanaman hias

lain seperti persaingan harga tanaman, kualitas tanaman jenis tanaman bahkan pelayanan terhadap konsumen. Penerapan strategi oleh pelaku usaha akan membentuk sebuah pola perilaku bisnis yang bisa mempengaruhi keuntungan dan kerugian bagi para pealaku usaha. Dengan penjelasan latar belakang di atas, peneliti memiliki kesan untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Perubahan Sosial Pada Perilaku Pedagang Tanaman Hias (Studi kasus di Pasar Tanaman Hias Kalisari Kota Semarang)**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti, penelitian ini akan meneliti mengenai keterkaitan pola perilaku pedagang tanaman hias, maka dapat diklasifikasikan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Mengapa pedagang memilih usaha tanaman hias?
2. Bagaimana perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias?
3. Bagaimana perubahan sosial yang terjadi pada pedagang tanaman hias?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan alasan mengapa pedagang memilih usaha tanaman hias.
2. Untuk mengetahui bagaimana perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias.
3. Untuk menjelaskan bagaimana perubahan sosial yang terjadi pada perilaku pedagang tanaman hias.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini baik dari teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi peneliti

Mengeksplor pengetahuan penulis tentang ilmu antropologi yang sudah diperoleh di Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.

2. Bagi ilmu pengetahuan

Diharapkan dapat menjadi atau menambah referensi bagi pembaca yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk koreksi atau kritikan terhadap pedagang konvensional yang ada di Kalisari Kota Semarang.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pihak-pihak yang berbisnis tanaman hias dan juga dapat digunakan sebagai referensi untuk memahami pola perilaku pedagang tanaman hias sebagai aspek pendukung keberhasilan bisnis di bidang budidaya tanaman hias.

1.5 Kerangka Teoritik

1.5.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan bahan yang diperlukan sebagai pembanding antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka juga memiliki tujuan agar peneliti dapat mempunyai gambaran untuk memperkuat konsep dalam menganalisis hasil penelitian yang akan dilakukan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh peneliti, hanya saja ruang lingkupnya yang berbeda. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perubahan sosial pada perilaku yang telah dilakukan:

Penelitian Fadlah Fadilah (2022) tentang kesiapan masyarakat pedesaan dalam menghadapi perubahan sosial akibat modernisasi (studi kasus masyarakat Desa Banjarsari, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). Penelitian ini menggunakan teori perubahan sosial oleh William F. Ogburn dan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini terdapat beberapa faktor dalam menghadapi perubahan sosial akibat modernisasi yakni pengetahuan, sikap dan respon masyarakat. Masyarakat susah siap dengan adanya perubahan sosial dengan dibuktikan kesadaran pendidikan meningkat, keberagaman mata pencaharian, masyarakat lebih terbuka dengan masyarakat lain serta lebih selektif pada dampak

positif dan negatif modernisasi, sehingga masyarakat dapat menerima perkembangan teknologi.

Penelitian Muchti Nurhidaya (2022) tentang pengaruh penggunaan aplikasi online shopping shopee pada masa pandemi COVID-19 terhadap perubahan pola belanja masyarakat di Desa Gelam Jaya, Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang, Banten. Penelitian ini menggunakan Teori perubahan sosial oleh William F. Ogburn dan menggunakan metode penelitian kualitatif survei. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *online shopping* yang membuat perubahan pada pola perilaku berbelanja masyarakat. Perubahan pola belanja ini dipengaruhi oleh nilai barang di aplikasi tersebut lebih ekonomis daripada dengan aplikasi yang lain, dan juga aplikasi ini memberikan banyak kemudahan dan kesenangan bagi masyarakat sebagai pemakainya, masyarakat tidak mengalami kesusahan dalam menjalankan aplikasi tersebut. Faktor pendukung lainnya yakni kondisi pandemi COVID-19 mengakibatkan adanya kebijakan dari pemerintah tentang batasan aktivitas berinteraksi dengan orang lain. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni perubahan pola perilaku masyarakat karena kondisi COVID-19 dan kemajuan teknologi khususnya media sosial.

Penelitian Eka Widiyanto (2018) tentang paradoksi manusia multi-realita (Studi pengaruh media sosial whatsapp terhadap sikap sosial keagamaan mahasiswa Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam). Penelitian ini menggunakan teori perubahan sosial oleh William F. Ogburn dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini yakni pengguna Whatsapp menggunakan aplikasi ini untuk alat komunikasi dan menambah relasi serta untuk mendapatkan informasi perkuliahan. Aplikasi ini sangat membantu penggunanya dan mahasiswa sebagai penggunanya mendapatkan kemudahan dalam menjalankan aplikasi tersebut. Namun, aplikasi Whatsapp memiliki manfaat yang positif dan negatif bagi mahasiswa. Manfaat positif yang didapatkan mahasiswa meliputi perubahan terhadap relasi interpersonal, psikologi dan juga dapat menambah keimanan pengguna. Namun, dampak negatifnya terhadap mahasiswa meliputi perubahan pada pergaulan dimana banyak mahasiswa kecanduan dengan teknologi media sosial. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yakni menitikberatkan

pada perbembangan teknologi sehingga mengakibatkan perubahan perilaku mahasiswa.

Penelitian Agustania Aryaning Dwi Saputri (2022) tentang perubahan partisipasi pemuda dalam tradisi sinoman di Dusun Karang Lor Desa Karanglor Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini menggunakan teori perubahan sosial oleh William F. Ogburn dan menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa partisipasi pemuda dalam tradisi sinoman mengalami perubahan. Faktor yang mempengaruhi perubahan ini yakni adanya jasa catering, perkembangan media sosial, rendahnya kesadaran untuk berpartisipasi, tingginya individualitas serta faktor kesibukan. Dalam penelitian ini pola pemikiran para pemuda sudah berubah karena kemajuan teknologi khususnya media sosial. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni perubahan pola pemikiran para pemuda karena kemajuan teknologi dan media sosial.

1.5.2 Landasan Teori

Dalam penelitian ini mengacu pada buku *patterns of culture* oleh Ruth Benedict tentang *competitive culture* untuk menjelaskan perilaku-perilaku yang dilakukan oleh pedagang tanaman hias Kalisari. Kemudian penelitian ini menggunakan Teori Perubahan Sosial dari William Fielding Ogburn. Teori Perubahan Sosial dari William F. Ogburn menjelaskan perubahan sosial menitik beratkan pada kondisi teknologi yang membuat terjadinya perubahan pada aspek-aspek kehidupan sosial, seperti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat berpengaruh terhadap kebudayaan adaptif di masyarakat yang lama kemudian terjadi penyesuaian (Soekanto, 1986). Dalam teori ini kemajuan teknologi diwujudkan sebagai kebudayaan material dan perubahan pola pikir masyarakat diwujudkan sebagai kebudayaan immaterial, sehingga perubahan sosial yang terjadi merupakan hasil dari perkembangan teknologi dan pola pikir masyarakat.

Sebagai contoh penemuan berbagai jenis mesin produksi, membuat berbagai perubahan pada alat transportasi dengan menggunakan tenaga uap, listrik ataupun bahan bakar. Penemuan-penemuan material itu dilakukan atas dasar untuk

memenuhi kepentingan masyarakat sehingga menciptakan ketentraman hidup, kecepatan produksi dan lainnya. Dengan adanya perubahan kebudayaan material membuat terjadinya perubahan sosial seperti pertumbuhan kota, rumah tangga, kedudukan wanita, peperangan dan lainnya (Soekanto, 1986). Ogburn menyatakan (William F. Ogburn, 1966:270):

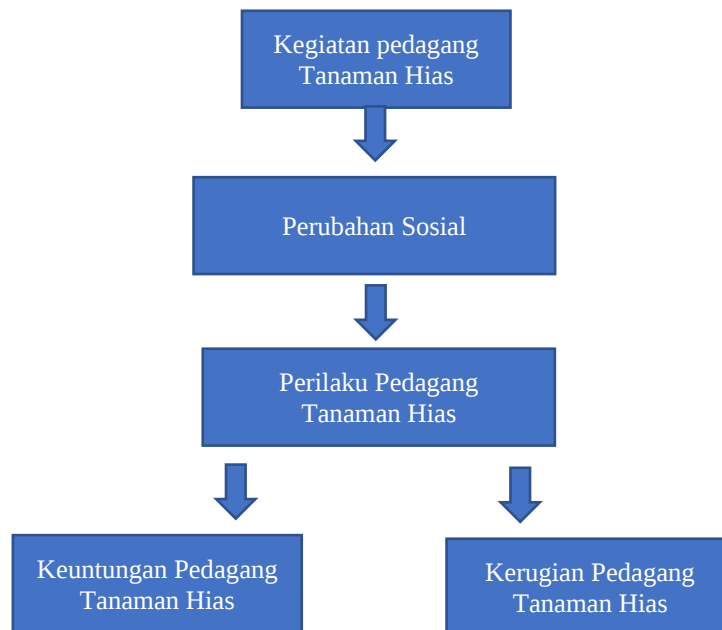
“If, for illustration, there had not been discovered these sources of power for tuning wheels, that is, if we are still producing by the energy or power of human beings and domesticated animals only, cities would have been few, concentration of production would largely on the farms and in the home, the position of women would have been much as of old. Some changes would have occurred in education, in religion and in morals”.

Menurut keterangan Ogburn di atas menjelaskan bagaimana jika belum ditemukan sumber tenaga untuk kebutuhan produksi maka tidak akan muncul kota-kota besar sehingga sangat sedikit pabrik-pabrik untuk produksi menjadikan sebagian besar produksi dilakukan di rumah dan lading. Peran perempuan akan tetap sama seperti dulu dan akan mengalami perubahan pada Pendidikan, agama serta moral masyarakat.

Perubahan sosial akibat perkembangan teknologi memiliki dampak positif bagi pedagang tanaman hias, berbagai kemudahan yang diperoleh dari kemajuan teknologi memberikan inovasi-inovasi baru dalam segi strategi pemasaran sehingga dapat mendorong pendapatan bagi para pedagang konvensional. Mereka mendapatkan keuntungan dalam strategi pemasaran yakni secara offline dan online. Namun dengan adanya inovasi dan strategi dalam pemasaran online terjadi perubahan sosial dalam perilaku para pedagang.

1.5.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan bagian dari penelitian yang memaparkan dan menggambarkan secara singkat alur pikiran dari isi penelitian. Kerangka berfikir dapat membantu pembaca untuk mengarahkan dan melihat alur dari penelitian ini. Kerangka berfikir berikut menjelaskan Pola Perilaku Pedagang Tanaman Hias (Studi kasus di Pasar Tanaman Hias Kalisari Kota Semarang)



Bagan 1. 1 Kerangka berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa aktivitas pedagang sangat berpengaruh terhadap usaha yang ditekuni seperti strategi pemasaran, manajemen usaha serta cara merawat tanaman sehingga akan terjaga kualitas pada tanaman yang diperjualbelikan karena setiap usaha pastinya ada persaingan antara pedagang lain.

Persaingan tersebut akan membuat suatu inisiatif atau inovasi dari pedagang dalam menyusun strategi atau perubahan sosial pada perilaku yang berbeda dengan pedagang lain yang bertujuan agar usaha bisnisnya tidak kalah saing dengan pedagang lainnya, karena keuntungan ataupun kerugian yang didapatkan oleh pedagang dipengaruhi dari teknik atau perubahan sosial pada perilakunya.

1.6 Landasan Konseptual

1.6.1 Perubahan Sosial

Pada hakekatnya dalam kehidupan masyarakat selalu mengalami perubahan dan bergerak secara dinamis. Perubahan sosial merupakan suatu proses modifikasi atau perubahan yang berbeda dari kondisi sebelumnya, perubahan ini terjadi pada seluruh aspek kehidupan sosial (Lauer, 1993:3). Salah satu contoh perubahan sosial

yang signifikan adalah perkembangan teknologi dan media sosial. Teknologi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, bekerja, berinteraksi, dan mendapatkan informasi. Perkembangan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah mengubah pola komunikasi dan interaksi antarindividu, serta memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi dan pengetahuan.

Untuk menghadapi perubahan sosial, penting bagi masyarakat untuk memiliki kemampuan beradaptasi, fleksibilitas, dan kemampuan untuk mengelola konflik yang timbul. Pendidikan dan kesadaran akan perubahan sosial juga penting dalam membantu individu dan masyarakat memahami dan menghadapi perubahan yang terjadi.

Perubahan sosial adalah fenomena yang tidak terelakkan dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat selalu mengalami perubahan dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Memahami perubahan sosial dan memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi adalah kunci untuk menciptakan masyarakat yang dinamis, berkembang, dan mampu menghadapi tantangan masa depan.

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam perubahan sosial terletak pada perilaku pedagang yang mengalami perubahan dalam aktifitas pemasarannya. Perubahan ini dibuktikan dengan aktifitas perdagangan yang sebelumnya hanya melalui kegiatan offline, saat ini para pedagang sudah menerima perkembangan teknologi dengan bergadang secara online.

1.6.2 Perilaku

Perilaku merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia yang melibatkan tindakan dan observasi. Perilaku mencakup segala sesuatu yang seseorang lakukan dan apa yang diamati oleh orang lain. Sebagai bagian dari aktivitas manusia, perilaku dapat mencerminkan tindakan, sikap, kebiasaan, dan interaksi yang dilakukan oleh individu atau kelompok.

Dalam konteks penelitian ini, perilaku merujuk pada kegiatan dan aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang tanaman hias di Kalisari dalam menjalankan usahanya. Pedagang tanaman hias terlibat dalam berbagai tindakan, seperti mendapatkan modal, strategi usaha, distributor, memasarkan, dan menjual tanaman hias kepada para pelanggan.

Perilaku pedagang tanaman hias dapat mencakup strategi pemasaran yang mereka terapkan, seperti penggunaan media sosial, penataan tampilan produk, interaksi dengan pelanggan, dan penentuan harga yang kompetitif. Mereka juga dapat mengadopsi praktik inovatif, seperti menyediakan layanan pengiriman, memberikan saran perawatan tanaman kepada pelanggan, atau mengikuti tren dan gaya yang sedang populer di kalangan pecinta tanaman hias.

1.6.3 Pedagang

Pedagang ialah orang atau instansi yang melakukan aktivitas jual beli terhadap konsumen secara langsung ataupun secara tidak langsung berbentuk produk ataupun barang. (Damsar, 1997:106). Pedagang merupakan individu atau entitas yang terlibat dalam kegiatan jual-beli dengan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang melibatkan produk atau barang. Pedagang dapat berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen atau dapat juga menjadi produsen langsung yang menjual produk yang dihasilkan.

Pedagang tanaman hias di Kalisari memiliki peran penting dalam menjalankan usaha dagang mereka. Mereka berperan sebagai penyalur dan penyedia tanaman hias kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam upaya mencapai tujuan keuntungan, pedagang melakukan berbagai strategi seperti pengadaan stok tanaman yang berkualitas, menentukan harga yang sesuai, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Selain itu, pedagang juga berperan sebagai penghubung antara produsen atau petani tanaman hias dengan konsumen. Mereka memainkan peran penting dalam memasarkan produk-produk tanaman hias, memberikan informasi tentang kelebihan dan manfaat tanaman tertentu, serta memberikan saran dalam perawatan dan pemilihan tanaman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

1.6.4 Tamanan Hias

Nilai estetika dan keindahan yang dimiliki tanaman hias dilihat dari bentuk daun, bentuk pohon, corak pada daun ataupun bunganya inilah yang menjadi pemanis ruangan dalam rumah, pekarangan rumah, taman, gedung perkantoran,

hotel, maupun digunakan untuk keperluan acara adat dan pernikahan. (Direktorat Jendral Hortikultura, 2008).

Tanaman hias memiliki keutamaan dalam hal keindahan. Nilai estetika ini memberi keuntungan secara nyata. Keindahan yang diciptakan oleh tanaman hias menjadi daya tarik tersendiri karena tanaman hias mempunyai bentuk dan corak bagus, membuat tanaman hias dijuluki sebagai *Ornamental Plant* (Widyastuti, 2018:2).

Ada beberapa jenis tanaman hias yang diminati para konsumen, seperti menurut (Widyastuti, 2018: 7) sebagai berikut:

1. Tanaman hias dalam ruangan (*Indoor*)

Tanaman hias ruangan identik dengan ukuran yang tidak terlalu besar dan ditempatkan pada pot-pot kecil sehingga tidak memakan tempat yang banyak serta tanaman hias ruangan rata-rata memiliki jangka hidup yang relative lama. Tanaman hias daun merupakan contoh yang termasuk dalam tanaman hias ruangan seperti: kaktus, lidah mertua serta monstera.

2. Tanaman hias di luar ruangan (*Outdoor*)

Tanaman hias outdoor memiliki keunggulan yang kuat terhadap panas dan membutuhkan lebih banyak pencahayaan sinar matahari. Tanaman hias bunga yang umumnya banyak dipilih untuk ditempatkan pada halaman rumah serta tanaman hias *Outdoor* dapat ditempatkan pada pot maupun langsung pada tanah. Fungsi utama tanaman hias outdoor yakni untuk penghias taman rumah, seperti Bugenvil, Kembang Sepatu, Mawar dan Pucuk Merah.

3. Tanaman Hidroponik, Aeroponik, Zeoponik

Tanaman ini menggunakan media peairan tanpa menggunakan media tanah, sehingga teknik ini lebih bersih dibandingkan menggunakan media tanah dan tentunya cocok bagi pencinta tanaman yang tidak suka kotor-kotor. Keuntungan dari tanaman ini yakni tidak memerlukan halaman yang luas, sehingga bagi masyarakat yang tidak memiliki *space* halaman yang luas tetap bisa menikmati keindahan tanaman ini. Jenis tanaman yang bisa

menggunakan sistem ini seperti Kayu besi, Dracaena, Ficus, Violces, Piperomia.

4. Bunga Pot

Bunga dulu hanya dimanfaatkan sebagai bunga potong saja, namun saat ini bunga dapat dimanfaatkan sebagai bunga pot. Waktu yang dapat bertahan berbulan-bulan merupakan keuntungan yang dapat dinikmati keindahannya daripada bunga potong yang hanya bertahan satu minggu saja. Di perkotaan perkembangan bunga pot semakin maju dengan dipengaruhi permintaan masyarakat terhadap tanaman yang digunakan untuk ditanam atau untuk hiasan agar tercipta keindahan dan suasana nyaman di sekitar lingkungan. Krisan, Mawar, Gerbera, Anggrek dan Kamboja Jepang merupakan bunga poyt yang banyak dicari konsumen.

Menurut Hasim (2009:6) pengelompokan tanaman hias dapat berdasarkan daya tarik pada tanamannya, seperti:

1. Tanaman Hias Bunga

Daya tarik utama pada tanaman terletak pada keindahan bunganya. Tanaman bunga memiliki waktu berbunganya masing-masing, ada yang berbunga sepanjang tahun dan ada yang berbunga sewaktu-waktu. Kembang merak dan bugenvil merupakan tanaman yang berbunga setiap tahunnya sedangkan bunga flamboyant dan bunga kecrutan merupakan tanaman yang berbunga sewaktu-waktu. Ada juga tanaman yang memiliki massa bunga yang rimbun seperti flamboyan, tanaman dengan massa bunga sedang seperti bungur dan melati serta tanaman dengan massa bunga sedikit seperti sutra bombay dan kembang sepatu.

2. Tanaman Hias Daun

Tanaman hias daun lebih menonjolkan pada keindahan daunnya. Bentuk dan warna daun yang beragam sehingga dapat menarik perhatian. Keindahan tanaman hias daun memiliki waktu yang relatif lebih lama daripada tanaman hias bunga. Masa vegetatif yang lebih lama daripada umur berbunganya membuat tanaman hias daun dapat dinikmati sepanjang

usia tanaman. Cemara kipas, kaktus dan sirih-sirihan merupakan salah satu contoh tanaman hias daun.

1.7 Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dan metode etnografi untuk menjelaskan dan memahami secara mendalam fenomena yang terjadi dalam kegiatan pedagang tanaman hias di Kalisari. Etnografi merupakan suatu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman kebudayaan melalui pengamatan langsung dan keterlibatan aktif peneliti dalam kehidupan masyarakat yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menjadi seorang etnografer yang berusaha mendalami dan memahami kebudayaan pedagang tanaman hias di Kalisari secara menyeluruh. Dengan terlibat langsung dalam kegiatan dan interaksi sehari-hari pedagang, peneliti akan mengumpulkan data yang nyata dan mendalam tentang praktek dagang, nilai-nilai, norma, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi oleh pedagang tanaman hias.

Penggunaan metode etnografi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang konteks sosial, budaya, dan ekonomi di dalam pasar tanaman hias Kalisari. Melalui pengamatan partisipatif, wawancara mendalam, dan pencatatan lapangan, peneliti akan mencatat observasi dan interaksi yang terjadi antara pedagang, konsumen, dan aktor lain yang terlibat dalam kegiatan dagang tanaman hias.

Dalam penelitian etnografi, keterlibatan peneliti dalam kebudayaan yang diteliti merupakan kunci utama. Dengan menjadi bagian dari masyarakat yang diteliti, peneliti dapat memahami dan menggambarkan fenomena yang terjadi secara akurat dan autentik. Hal ini memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa, nilai-nilai, dan pola perilaku yang mungkin tidak terungkap melalui metode penelitian lainnya.

Sebagai seorang etnografer, kemampuan untuk menggambarkan sebuah kebudayaan secara mendalam sangatlah penting. Untuk itu, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana seorang etnografer dapat mencapai pemahaman yang mendalam tentang kebudayaan pedagang tanaman hias di Kalisari.

Pertama-tama, peneliti terlibat secara aktif dalam kehidupan sehari-hari pedagang tanaman hias dengan waktu yang cukup lama untuk mengamati, berinteraksi, dan mengikuti pedagang dalam kegiatan pedagang tanaman hias. Selanjutnya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang relevan. Observasi partisipatif merupakan salah satu teknik yang diterapkan oleh peneliti kemudian secara aktif mengamati dan mencatat kegiatan, interaksi, dan perilaku pedagang tanaman hias. Selain itu, wawancara mendalam dengan pedagang dan pihak terkait lainnya juga dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang perubahan sosial, perubahan perilaku, strategi pemasaran, dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang.

Dalam hal ini, penelitian akan fokus pada perubahan sosial yang terjadi pada perilaku pedagang tanaman hias akibat perkembangan teknologi media sosial dan bagaimana pedagang dapat bersaing dengan pedagang lainnya dalam konteks tersebut. Kemudian peneliti menganalisis temuan-temuan mereka dengan menggunakan pendekatan teoritis yang sesuai. Dalam penelitian ini menggunakan teori perubahan sosial.

1.7.1 Desain Penelitian

Pemilihan judul “Perubahan Sosial Pada Perilaku Pedagang Tanaman Hias (Studi kasus di Pasar Tanaman Hias Kalisari Kota Semarang)” karena peneliti ingin membahas tentang usaha pertanian florikultura yang menjadi potensi besar dalam peningkatan ekonomi daerah, nasional serta menunjang devisa negara dengan ekspor di sektor pertanian (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Dengan kondisi mayoritas masyarakat Indonesia yang berprofesi di bidang pertanian diharapkan bisa membantu untuk mewujudkan kesejahteraan bagi para petani di Indonesia.

Penelitian ini menitik beratkan pada usaha tanaman hias karena saat ini usaha tanaman hias banyak digeluti oleh pelaku usaha. Permintaan tanaman hias yang melonjak di perkotaan memiliki potensi untuk dikembangkan. Saat ini usaha tanaman hias sudah berkembang di seluruh Indonesia terutama di Kota Semarang salah satunya Pasar Kalisari yang sejak dulu sudah menjadi ikon Kota Semarang.

Sehingga peneliti tertarik dan akan menjelaskan bagaimana pada perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias di Kalisari.

Kegiatan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan meliputi wawancara mendalam dengan informan, berpartisipasi dalam penjualan tanaman hias dan melakukan dokumentasi. Penelitian dilakukan dengan bertahap yang dilakukan pada bulan Juli tahun 2022 dan pada bulan juni tahun 2023.

1.7.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Randusari, Kecamatan Semarang selatan, Kota Semarang. Kelurahan Randusari termasuk salah satu dari 10 Kelurahan yang ada di Kota Semarang, Jawa Tengah. Wilayah kelurahan Randusari merupakan wilayah yang sangat dekat dengan Tugu Muda dan Simpang Lima dimana tempat tersebut merupakan pusat Kota Semarang. Kelurahan Randusari ini memiliki luas wilayah 66.95 Ha dengan ketinggian tanah yang bervariasi dari titik terendah. Jumlah penduduk kelurahan Randusari yakni 7468 jiwa, yang terdiri atas laki-laki 3684 dan perempuan 3784 jiwa. (Monografi Kelurahan Randusari Agustus, 2022)

Di dalam kelurahan randusari terdapat Pasar Randusari yang menjadi pusat pasar tradisional yang dekat dengan perkotan, Makam Bergota yang sudah banyak di kenal masyarakat, merupakan pemakaman terbesar di Kota Semarang. Dan di wilayah kelurahan Randusari juga terdapat tempat yang menjadi Program Pemerintah Kota Semarang yakni Kampung Tematik atau yang biasa orang dengar Kampung pelangi. Dan ada pula tempat yang menjadi sentra penjualan tanaman hias yakni Pasar Tanaman Hias Kalisari yang menjadi tempat untuk objek penelitian.

Pemilihan lokasi penelitian di pasar tanaman hias Kalisari Kota Semarang didasarkan pada latar belakang peneliti yang juga merupakan seorang pelaku usaha tanaman hias. Sebagai pelaku usaha yang berpengalaman dan memiliki pengetahuan mendalam tentang pasar tanaman hias, peneliti memiliki akses yang lebih baik untuk memahami konteks dan dinamika pasar tersebut.

Pasar tanaman hias Kalisari merupakan pasar yang memiliki sejarah panjang dan diakui sebagai pasar tanaman hias pertama di Kota Semarang.

Keberadaannya telah menjadi ikon Kota Semarang dan menjadi daya tarik bagi pecinta tanaman hias dari berbagai wilayah. Pemilihan pasar tanaman hias Kalisari sebagai lokasi penelitian merupakan langkah strategis untuk memperoleh data yang akurat, mendalam, dan relevan dengan tujuan penelitian.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika bisnis tanaman hias, tantangan yang dihadapi oleh pedagang, serta strategi yang dapat mereka terapkan untuk bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

1.7.3 Penentuan Informan

Penentuan informan melihat dari populasi yang terdiri atas obyek dan subyek mempunyai karakter tersendiri yang termasuk dalam wilayah generalisasi. Ada dua macam informan penelitian, yakni:

1. Informan Utama (*main informan*) yakni mereka yang langsung terlibat dan berinteraksi dengan yang diteliti, terdiri dari fungsional peneliti dan lingkungan di pasar tanaman hias Kalisari.
2. Informan Kunci (*key informan*) yaitu mereka yang mempunyai dan mengetahui informasi yang diperlukan dalam penelitian, terdiri dari pelaku usaha dan karyawan yang berada di pasar Kalisari.

Metode *purposive sampling* merupakan teknik dalam penentuan informan di penelitian ini. Menurut Sugiyono (2012:54) teknik memilih sampel dengan menyesuaikan karakteristik tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian. Karakter yang dimaksud adalah pada pelaku usaha tanaman hias sebagai informan kunci, kemudian karyawan, pembeli dan peguyuban sebagai informan utama. Berdasarkan karakter yang sudah ditentukan diatas dapat kita peroleh sebuah pernyataan yang disampaikan oleh informan, sehingga penelitian ini menjadi kredibel karena pemilihan informan yang tepat.

Pemilihan informan yang dilakukan peneliti berdasarkan pada tingkat usia pedagang dan petunjuk dari ketua paguyuban tanaman hias di Kalisari, namun juga berdasar pada kemauan informan untuk diwawancarai.

1.7.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang terpenting dalam penelitian, dibutuhkan teknik pengumpulan data yang tepat agar mendapatkan hasil data yang valid dan relevan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun cara peneliti mengumpulkan data dengan beberapa cara, yaitu:

1.7.4.1 Wawancara

Wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan digunakan untuk mendapatkan data dari para pedagang tanaman hias serta wawancara mengacu pada pedoman wawancara yang sudah disiapkan oleh peneliti secara standar (Koentjaraningrat, 1977: 174). Wawancara difungsikan untuk mendapatkan informasi dari pengelola paguyuban, karyawan, pembeli serta melakukan wawancara dengan metode bebas agar dapat menggali informasi secara mendalam.

1.7.4.2 Observasi Partisipasi

Penelitian ini memerlukan pengamatan dengan menggunakan metode observasi. Metode observasi dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu observasi partisipan (terlibat langsung) atau non partisipan (tidak terlibat langsung). Penelitian ini menerapkan observasi partisipan yang berguna untuk melihat langsung terhadap masyarakat asli dalam melakukan aktivitas kebudayaan dalam kondisi yang nyata (Spradley, 2006: 48).

1.7.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dipakai di dalam penelitian ini. Dokumentasi dilakukan untuk melaporkan aktivitas yang sudah dilakukan baik dalam bentuk publikasi maupun referensi buku yang selaras dengan masalah dalam penelitian. Fungsi dari dokumentasi merupakan pelengkap dari penerapan metode wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2008).

Dokumentasi dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan data-data dalam penelitian. Dokumentasi ini berbentuk foto, video serta *voice recorder* yang digunakan untuk data pendukung dalam penelitian ini. Data

dokumentasi ini diperoleh dari penelitian tentang perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias di pasar Kalisari Kota Semarang.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Penyusunan data yang diperoleh dari aktivitas wawancara, dokumentasi serta catatan lapangan kemudian mengorganisir data sesuai kategori, memaparkan data yang diperoleh, menata data ke dalam pola analisis, memilah dan memilih suatu hal yang penting untuk dikaji serta memberikan kesimpulan agar dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti maupun orang lain. (Sugiyono, 2008: 244).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik deskripsi analisis kualitatif sehingga peneliti dapat menggambarkan keadaan serta peristiwa yang terjadi dilapangan, baik pengamatan secara langsung maupun hasil wawancara kemudian dilanjutkan dengan analisis dalam bentuk kata-kata untuk memperoleh hasil kesimpulan. Peninjauan teori dan menentukan tema utama merupakan tahapan dalam analisis data, kemudian apabila penelitian lapangan sudah dilakukan teori dan metode dalam penelitian ini dapat diterapkan untuk analisis data.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini tertata dengan spesifik dan runtut. Secara umum suatu penelitian terdiri dari lima bab. Setiap bagian bab mempunyai tujuan penjelasan masing-masing, diawali dari Bab 1 mengulas tentang pendahuluan sampai dengan Bab 5 tentang penjabaran mengenai kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan kelima bab tersebut dalam penelitian ini:

Bab I Pendahuluan, pada pendahuluan terdiri atas penjelasan terhadap pembahasan utama dalam skripsi, dalam pendahuluan juga terbagi beberapa bagian yakni sub bab latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teoritik yang didalamnya membahas mengenai tinjauan pustaka, landasan teori, kerangka pemikiran, metode penelitian yang membahas mengenai metode pengumpulan data, metode penentuan informan, teknik analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Gambaran Umum, dalam bab ini menjelaskan tentang kondisi etnografis secara objektif tentang situasi dan kondisi lokasi penelitian, sejarah

lokasi, serta keadaan umum para pedagang tanaman hias di Pasar Tanaman Hias Kalisari Kecamatan Semarang Selatan Kota Semarang.

Bab III Gambaran Khusus, memberikan analisis awal yang digunakan sebagai pengantar pokok pembahasan utama. Bab ini memaparkan tentang permasalahan penelitian dan juga menjelaskan fenomena perubahan sosial pada perilaku pedagang tanaman hias.

BAB IV Hasil dan pembahasan, bab ini digunakan untuk memaparkan gambaran umum tentang observasi meliputi data, jenis penelitian, lokasi penelitian, mekanisme serta menjabarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup dan kesimpulan, menjelaskan kesimpulan dari pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan ini menghasilkan koreksi atau masukan bagi para pedagang tanaman hias di Kalisari ataupun untuk referensi penelitian selanjutnya.