

Peluang Bisnis Tanaman Hias Aglonema di Samarinda Melalui Komunikasi Digital

Aglonema Ornamental Plants Business Opportunity in Samarinda Through Digital Communication

Ita Merni Patulak*

Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Pertanian Negeri Samarinda, Indonesia.

*Corresponding Author: mernivania@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peluang bisnis tanaman aglonema yang lagi populer sebagai tanaman hias yang sangat diminati oleh masyarakat Samarinda melalui komunikasi digital. Ditengah pandemi covid-19 tahun 2020 yang mengharuskan masyarakat mengurangi aktivitas diluar rumah, maka pilihan memasarkan dan membeli produk yang memungkinkan adalah melalui komunikasi digital. Salah satu sarana komunikasi digital yang dipilih dalam penjualan tanaman aglonema adalah melalui *startup* yang sesuai untuk bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) dan juga usaha rumahan (*home industry*) seperti *Market Place*. Metode penelitian yang di gunakan adalah penelitian deskriptif untuk memberikan informasi mengenai bagaimana peluang bisnis tanaman hias aglonema ditengah maraknya tanaman hias jenis lain di Samarinda melalui komunikasi digital. Data yang di ambil tentang bisnis digital tanaman hias aglonema yang mereka lakukan tahun 2020 di Samarinda. Hasil penelitian ada 3 variabel yang digunakan yaitu Ketertarikan *technopreneur* (ketertarikan pelaku bisnis terhadap bisnis tanaman aglonema yang di tekuni), *Skill* atau keterampilan *technopreneur*, Teknologi komunikasi digital yang digunakan dalam bisnis. Tanggapan responden atas ke 3 variabel yang berpengaruh terhadap peluang bisnis tanaman aglonema di Samarinda melalui Komunikasi Digital berdasarkan hasil perhitungan data primer dari responden semuanya bernilai positif dengan total nilai rata-rata 6,21. Variabel dominan adalah variabel ke 3, yaitu Teknologi komunikasi digital yang digunakan oleh *technopreneur* dalam memasarkan bisnis tanaman aglonemanya mempunyai nilai rata-rata 2,17. Ini berarti Teknologi komunikasi digital yang digunakan dalam menjalankan bisnis tersebut sangat ampuh membantu responden dalam menjual produknya dan sangat dikuasai dengan baik oleh penjual maupun pembeli.

Katakunci: Komunikasi Digital, Tanaman Aglonema, Bisnis Start-Up.

Abstract

The purpose of this study was to find out business opportunities for aglonema plants which are popular as ornamental plants that are very popular with the people of Samarinda through digital communication. In the midst of the Covid-19 pandemic in 2020 which requires people to reduce activities outside the home, the choice to market and buy possible products is through digital communication. One of the digital communication tools chosen in the sale of aglonema plants is through startups that are suitable for small and medium enterprises (SMEs) and also home industries such as Market Place. The research method used is descriptive research to provide information about how the business opportunity for aglonema ornamental plants in the midst of the proliferation of other types of ornamental plants in Samarinda through digital communication. The data taken is about the digital business of aglonema ornamental plants that they are doing in 2020 in Samarinda. The results of the study were 3 variables used, namely Technopreneur interest (businessmen's interest in the aglonema plant business they are engaged in), technopreneur skills or skills, digital communication technology used in business. Respondents' responses to the 3 variables that affect business opportunities for aglonema plants in Samarinda through Digital Communication based on the results of the calculation of primary data from all respondents are positive with a total average value of 6.21. The dominant variable is the third variable, namely the digital communication technology used by technopreneurs in marketing the agro-crop business has an average value of 2.17. This means that the digital communication technology used in running the business is very effective in helping respondents in selling their products and is very well controlled by both sellers and buyers.

Keywords: Digital Communication, Aglonema Plants, Start-Up Business.

I. PENDAHULUAN

Menjadi pelaku bisnis (*techpreneur*) khususnya dengan memanfaatkan teknologi komunikasi digital yang kini lazim disebut Bisnis Digital memang mengasyikkan. *Handphone* yang kita miliki, selain untuk alat komunikasi dan hiburan juga dapat digunakan untuk mendatangkan rezeki. Semua bisnis barang dan jasa saat ini bisa dipasarkan melalui komunikasi digital. Bisnis digital bisa dilakukan oleh siapa saja, tua ataupun muda, di kota besar, juga di daerah-daerah sepanjang ada jaringan internet atau operator komunikasi seluler lainnya. Kuncinya adalah adanya kemauan dari pelaku bisnis, kreatif, ulet dan jujur serta keberanian memanfaatkan peluang yang ada.

Perkembangan zaman juga mengubah jenis pekerjaan, pilihan, selera, pola hidup dan sebagainya. Banyak jenis pekerjaan populer menjadi kurang diminati bahkan menghilang. Sebaliknya tidak sedikit lahir berbagai jenis pekerjaan baru yang sangat diminati dan menguntungkan. Inilah konsekuensi dinamika perubahan. Perubahan yang dirasakan akibat perkembangan teknologi tersebut menciptakan *techpreneur* baru. *Technopreneur* adalah upaya memanfaatkan teknologi dalam untuk dijadikan sebagai peluang usaha (bisnis).

Teknologi yang dimaksudkan tentu saja teknologi yang sedang berkembang pesat, misalnya teknologi informasi. Pemanfaatan teknologi ini bisa dalam proses produksi, inovasi, ataupun pemasaran. Misalnya semula produksi menggunakan teknologi sederhana beralih dengan memanfaatkan teknologi terbaru. Begitu pula pemasaran yang semula konvensional (tradisional), beralih menjadi modern yaitu *business online* dengan memanfaatkan internet.

Salah satu bisnis yang sangat populer dan disukai oleh banyak kalangan terutama ibu-ibu adalah bisnis tanaman hias aglonema. Apalagi sejak terjadi pandemi di tahun 2020 hingga sekarang, salah satu upaya pemerintah untuk memutus rantai penularan covid-19 adalah dengan menghimbau kepada seluruh masyarakat agar mengurangi aktifitas di luar rumah. Bahkan di beberapa daerah yang wilayahnya tinggi angka pasien penderita covidnya, diberikan kebijakan *work from home (wfh)*.

Kondisi seperti ini membuat masyarakat lebih mencintai rumahnya sehingga membuat mereka lebih menata rumah, merawat tanaman, berkebun dan lain-lain. Merawat tanaman hias bahkan menjadi salah satu pekerjaan yang paling disukai selama pandemi, beraneka tanaman hias yang dipilih orang-orang untuk ditanam juga akhirnya menjadi pilihan bisnis yang sangat menarik. Tanaman hias yang sangat disukai dimana-mana termasuk di Samarinda adalah tanaman aglonema.

Tanaman hias yang menjadi *trend* saat ini adalah aglonema. Aglonema atau juga dikenal dengan sebutan Sri Rejeki yang merupakan tanaman tropis, bukan lagi asing bagi masyarakat Indonesia, terutama penggemar tanaman hias. Nama Aglonema semakin dikenal setelah dihasilkan hibrida-hibrida baru dari hasil penyilangan. Salah satu hibrida hasil penyilangan yang sangat terkenal hingga saat ini bernama *Pride of Sumatera* (Fitdyanto, 2006). Tanaman hias ini menjadi favorit dimana-mana dan setiap kali ada pameran menjadi salah satu primadona. Aglonema sebenarnya bukan tanaman hias baru di Indonesia karena tanaman ini berasal dari Asia, bahkan beberapa varietasnya merupakan tanaman asli Pulau Sumatera. Masyarakat lebih mengenalnya sebagai sri rezeki, tanaman yang dipercaya membawa rezeki karena konon jika tanaman ini tumbuh daun baru berarti tambahan rezeki bagi pemiliknya (Subono dan Andoko, 2005).

Aglonema termasuk tanaman hias daun, yaitu tanaman hias dengan daya tarik utama terletak pada keindahan daun-daunnya. Bentuk daun Aglonema sebetulnya sederhana, tidak berlembung, atau menjari yang membuatnya tampil unik. Yang membuatnya menarik adalah warna dan motifnya yang dekoratif (Subono dan Andoko, 2005). Daya tarik utama tanaman ini terletak pada keindahan daun yang berwarna warni dan punya motif yang variatif. Tanaman ini bisa hidup meski dengan cahaya matahari yang minim sehingga dapat dipelihara di dalam maupun diluar ruangan. Kehadiran tanaman ini di dalam ruangan juga dapat memberi suasana anggun dan menyejukkan bagi orang-orang yang memandangnya.

Aglonema atau sebutan lainnya adalah Sri Rejeki merupakan salah satu tanaman

hias yang tetap bisa bertahan hidup meskipun mendapat sinar matahari yang minim. Hal ini disebut menjadi alasan aglonema banyak diminati dan tengah menjadi tren untuk bisnis. Daya tarik utama tanaman ini terletak pada keindahan daun-daun yang berwarna dan punya motif yang variatif. Tanaman ini bisa hidup meski dengan cahaya matahari yang minim, maka dari itu sangat cocok dipelihara di dalam rumah (indoor), (Abdul Haris Maulana, 2021)

Begitu menariknya tanaman aglonema ini sehingga banyak yang memajang tanaman aglonema sebagai pemanis dalam ruangan maupun diluar ruangan. Banyak penjual tanaman hias yang menjual aglonema di Samarinda, di daerah Vorvo, di Lempake, di Samarinda Seberang dan beberapa tempat lainnya yang ada di Samarinda. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital dalam komunikasi sehingga pilihan bisnispun mulai berubah dengan melakukannya melalui komunikasi digital. Hal ini mengingat kondisi pandemi juga yang membuat orang-orang takut berhubungan langsung dengan orang banyak sehingga bisnis digital dalam memasarkan aglonema menjadi pilihan. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang peluang bisnis tanaman hias aglonema di Samarinda melalui Komunikasi Digital. Dibawah ini ada beberapa jenis tanaman aglonema yang sangat disukai konsumen adalah:



Aglonema Dewi Hughes



Aglonema Lipstik



Aglonema Red Kochin

Salah seorang pengusaha tanaman hias di Kota Samarinda, mengaku kebanjiran pesanan di masa pandemi Covid-19 (Melinda, SuaraKaltim.id 24/9/2020), Bahkan pada akhir pekan, puluhan kolektor tanaman hias memadati rumah aglonema miliknya. Penulis juga merupakan salah satu pedagang tanaman aglonema yang dibudidaya secara rumahan dan dipasarkan dengan komunikasi digital melalui *Start-up Market Place*.

Banya tempat penjual aglonema secara offline di Kota Samarinda, seperti di Voorvo, Lempake, Samarinda Seberang, Bengkuring dan beberapa tempat lainnya. Aglonema di Samarinda dijual mulai dari anaknya dengan harga tujuh puluh lima ribu (Rp.75.000) hingga jutaan. Semakin bagus dan menarik warna dan motif daunnya, semakin mahal harganya seperti red Sumatera, lipstik dan beberapa jenis lainnya.

Ada beberapa alasan aglonema banyak diminati, yaitu:

1. Mudah Beradaptasi
2. Dapat Dirawat di Dalam Rumah
3. Menetralkan Udara Kotor
4. Bisnis yang Menjanjikan.

Memasuki tahun 2021, bisnis tanaman hias masih populer dan tidak berkurang peminatnya (Yoga Sukmana, Kompas.com 2021). Pandemi virus corona yang belum selesai bahkan memburuk membuat banyak orang tetap lebih banyak di rumah dan sebagian memilih bercocok tanam tanaman hias untuk mengusir bosan. Tidak heran bila usaha tanaman hias masih segar dan menjanjikan. Ini terlihat dari bisnis tanaman aglonema yang tidak pernah berhenti dicari orang.

Semakin majunya teknologi informasi sat ini, banyak orang lebih memilih memasarkan tanaman aglonemanya secara digital. Hal ini tidak membuat para penjual aglonema repot menyewa tempat dan segala perizinannya. Melalui bisnis digital, proses pemasaran menjadi lebih mudah, tinggal memotret tanaman aglonema yang akan dijual kemudian memasarkan melalui social media. Banyak para pebisnis aglonema yang memasarkan secara digital melalui salah satu *start-up* yaitu *Market place*.

Marketplace ini dipilih karena cocok untuk usaha yang bersifat skala mikro (UKM) atau *home industry*. Sebagian besar ibu-ibu yang memasarkan dan membeli aglonema

mempunyai *facebook*, dimana ada cara berjalan dengan mudah di dalam *facebook* tersebut yaitu *start-up market place*. Tidak sampai 24 jam dipasarkan secara digital di *market place*, langsung mendapat respon dari banyak calon pembeli, baik pembeli yang langsung memakai, maupun pembeli yang akan menjual lagi.

II. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan keseluruhan proses pemikiran dan penentuan matang tentang hal-hal yang dilakukan yang tersusun secara sistematis (Pabundu Tika, 2005:6). Desain penelitian bertujuan untuk memberi pertanggung jawaban terhadap semua langkah yang akan diambil. Desain penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif kuantitatif yang mengarah pada pola pengungkapan masalah atau keadaan sebagaimana adanya dengan memberikan analisis (Pabundu Tika, 2005). Penelitian ini dilakukan dengan mendiskripsikan keadaan karakteristik responden yang merupakan *teknopreneur* tanaman aglonema.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peluang bisnis tanaman aglonema di Samarinda yang dilakukan secara digital marketing melalui sosial media maupun *startup market place*. *Startup* merupakan istilah yang terdengar asing di telinga namun sangat familiar pada kalangan bisnis di era digital saat ini. *Startup* muncul sekitar tahun 1998 - 2000 pada awal krisis ekonomi global. Awal mulanya *startup* hanyalah sebuah badan usaha untuk jasa dan produk yang saat itu banyak dicari dan dibutuhkan oleh banyak orang dengan jangkauan pasar yang masih kecil (Kiwe, 2018). Seiring dengan pesatnya pertumbuhan internet, maka bisnis pun ikut berubah ke arah yang lebih cepat dan strategis. Hal ini yang menjadi salah satu faktor bisnis *startup* kian populer dan berkembang pada tiap tahunnya. Tidak hanya di luar negeri, di dalam negeri pun ikut merasakan euforia ini.

Istilah *startup* selalu diidentikkan dengan usaha rintisan yang menggunakan teknologi informasi pada produknya. Jika tidak menggunakan unsur teknologi informasi

maka usaha tersebut dapat dikatakan sebagai UKM (Usaha Kecil dan Menengah) (Baskoro, 2013). Sedangkan definisi *startup* digital menurut Eric Ries (2011) adalah sekelompok individu yang membuat dan menjual produk baru atau layanan pada dinamika pasar yang tidak menentu dalam mencari model bisnis yang tepat, sehingga *startup* menghadapi kondisi pasar yang terus berubah dengan tingkat ketidakpastian yang sangat tinggi. Hal inilah yang membedakan *startup* dengan perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi internet di zaman yang serba digital, *startup* dituntut untuk siap memasuki pasar bebas dalam internet yang mampu menjangkau seluruh konsumen dalam memperluas pangsa pasar dengan melakukan ekspansi pasar secara besar-besaran.

Objek dalam penelitian ini adalah produsen atau *teknopreneur* tanaman aglonema yang memasarkan tanamannya dengan cara komunikasi digital dengan menggunakan *startup market place*.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah *teknopreneur* tanaman aglonema yang menjual melalui sosial media dan *startup Marketplace* pada bulan Mei 2020- Bulan Januari 2021 dengan sample sebanyak 30. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu penelitian mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data pokok (Sugiyono, 2008). Menurut Sugiyono (2008), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang aglonema diketahui bahwa pedagang ada yang membudidayakannya kemudian menjual, ada yang menjual saja dengan membeli dari orang yang membudidayakan tanaman aglonema. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 30 orang, dimana mereka memasarkan aglonema dengan komunikasi digital.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari dua, yaitu dengan pengumpulan data secara primer dan

sekunder. Berikut ini penjelasan dari teknik pengumpulan data tersebut: 1) Data Primer yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung peneliti dari hasil penelitian langsung untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, diskusi dan kuesioner, 2) Data Sekunder yang diperoleh dan kumpulkan dari pihak lain (pihak eksternal). Data sekunder diperoleh dari kumpulan data dari para pengguna bisnis digital, informasi tentang profil bisnis digital yang digunakan dan juga berupa bahan pustaka.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Samarinda, pada bulan Juni 2020-Bulan Januari 2021. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Samarinda tanaman aglonema sangat populer dan lagi mahal harganya, sehingga banyak orang yang beralih bisnis ke tanaman hias, salah satunya yang lagi trend adalah aglonema. Pemilihan waktu didasarkan pada masa itu pandemi covid-19 semakin mewabah di Indonesia hingga sekarang sehingga masyarakat diharuskan mengurangi aktifitas di luar rumah oleh pemerintah, bahkan diinstruksikan untuk bekerja dari rumah (*wfh*). Kondisi ini yang membuat masyarakat lebih mencintai rumahnya, hingga berpikir untuk mempercantik rumahnya dengan tanaman-tanaman hias yang indah dipandang mata, agar tidak bosan berada dirumah, karena itu kebutuhan akan aglonema semakin besar peminatnya di Samarinda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil tabulasi data dari tanggapan responden diperoleh data sebagai berikut : responden yang melakukan penjualan aglonema melalui bisnis digital *startup marketplace* di pasar modern adalah wanita/ibu-ibu sebanyak 80 %, yang berada pada rentang usia 35-50 tahun, memiliki tempat menanam dan membudidayakan tanaman aglonema dirumahnya masing-masing, ada juga yang menanam di tempat usaha dagangan bunga hiasnya secara *offline* di daerah Voorvo, Lempake, Samarinda Seberang dan lain-lain. Sebagian dari mereka ada yang sudah bertahun-tahun menekuni bisnis tersebut secara *offline*, namun karena tidak diketahui oleh banyak orang bila dilakukan terus secara *offline*, sehingga dengan semakin majunya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, mereka juga memasarkan melalui komunikasi digital baik sosial media maupun *startup marketplace*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Ketertarikan Technopreneur (ketertarikan pelaku bisnis terhadap bisnis tanaman aglonema yang di tekuni)
2. Skill atau keterampilan technopreneur
3. Teknologi komunikasi digital yang digunakan dalam bisnis.

Hasil tanggapan responden atas variable-variabel yang digunakan di dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Tanggapan Responden atas Variabel yang Berpengaruh terhadap Peluang Bisnis Tanaman Aglonema di Samarinda Melalui Komunikasi Digital

No	Pernyataan		Tanggapan			Σ	Mean
			1	2	3		
1	Variabel Ketertarikan Technopreneur	F	8	15	7	30	1,96
		Fx	8	30	21	59	
2	Skill atau keterampilan technopreneur	F	11	9	11	30	2,08
		Fx	11	18	33	62	
3	Teknologi komunikasi digital yang digunakan dalam bisnis	F	7	8	15	30	2,17
		Fx	7	16	45	68	
Total rata-rata						68	6,21

Sumber : Hasil Perhitungan data primer, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan data primer dari responden yang dibuat pada tahun 2021 (Tabel 1), dapat dilihat bahwa variabel 1 yaitu Ketertarikan Technopreneur dalam menanam dan merawat bahkan mengembangbiakkan tanaman aglonema mempunyai nilai rata-rata 1,96; variabel ke 2 yaitu Skill atau keterampilan technopreneur dalam menanam dan mengembangbiakkan tanaman aglonemanya 2,08 dan variabel ke 3 yaitu Teknologi komunikasi digital yang digunakan oleh teknopreneur dalam memasarkan bisnis tanaman aglonemanya mempunyai nilai rata-rata 2,17. Total nilai rata-rata dari ketiga variabel yang berpengaruh tersebut adalah 6,21 yang berarti berada pada kategori positif.

Hal ini berarti ketiga variabel yang digunakan untuk melihat peluang bisnis tanaman aglonema di Samarinda melalui komunikasi digital, mendapat tanggapan positif dari responden yang menjadi pelaku bisnis tanaman aglonema, karena mereka benar-benar merasakan bahwa di era pandemi saat ini masyarakat semakin memilih membeli produk baik barang ataupun jasa dengan cara yang mudah, tidak melanggar protokol kesehatan, menghindari kontak langsung dengan banyak konsumen, demi membantu upaya pemerintah dalam memutus rantai penularan covid-19. Apalagi dengan semakin canggihnya teknologi digital, maka bisnis digital merupakan pilihan yang tepat.

Tanaman aglonema menurut responden dapat dilihat peluang bisnisnya dari nilai-nilai yang sudah diberikan melalui kuisioner yang sudah diisi dan semua bernilai positif/berpengaruh. Variabel yang dominan terhadap peluang bisnis digital tanaman aglonema adalah X3 yaitu Teknologi komunikasi digital yang digunakan oleh teknopreneur dalam memasarkan bisnis tanaman aglonemanya mempunyai nilai rata-rata 2,17. Hal ini berarti dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, pemasaran produk semakin mudah, sehingga para teknopreneur tidak kesulitan lagi memasarkan tanaman aglonemanya.

Handphone yang dimiliki adalah alat tercepat dan termudah untuk menjadi alat pemasaran baik dari segi foto tanaman, kemudian memosting foto tersebut ke sosial media dan *startup market place* untuk dipasarkan. Bahkan para pedagang tanaman

aglonema yang selama ini menjualnya secara langsung (*offline*), sudah melakukan pemasaran secara *online* juga agar semakin banyak orang yang tahu tentang bisnis tanaman aglonemanya dengan harapan dapat dibeli oleh konsumen.

IV. KESIMPULAN

Tanaman aglonema menurut responden dapat dilihat peluang bisnisnya dari nilai-nilai yang sudah diberikan melalui kuisioner yang sudah diisi dan semua bernilai positif/berpengaruh. Ada 3 variabel yang digunakan yaitu variabel 1 yaitu Ketertarikan Technopreneur dalam menanam dan merawat bahkan mengembangbiakkan tanaman aglonema mempunyai nilai rata-rata 1,96; variabel ke 2 yaitu *Skill* atau keterampilan *technopreneur* dalam menanam dan mengembangbiakkan tanaman aglonemanya 2,08 dan variabel ke 3 yaitu Teknologi komunikasi digital yang digunakan oleh *technopreneur* dalam memasarkan bisnis tanaman aglonemanya mempunyai nilai rata-rata 2,17

Variabel yang dominan terhadap peluang bisnis digital tanaman aglonema adalah X3 yaitu Teknologi komunikasi digital yang digunakan oleh teknopreneur dalam memasarkan bisnis tanaman aglonemanya mempunyai nilai rata-rata 2,17. Hal ini berarti dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi, pemasaran produk semakin mudah, sehingga para *tekhnopreneur* tidak kesulitan lagi memasarkan tanaman aglonemanya.

Tanaman aglonema saat ini merupakan tanaman hias yang sangat populer dan banyak dicari oleh para pencinta tanaman hias, apalagi sejak masa pandemi Covid19, masyarakat mengurangi aktifitas di luar rumah sehingga semakin giat merawat tanamannya agar tidak bosan dirumah. Salah satu tanaman yang sangat disukai oleh masyarakat terutama ibu-ibu adalah aglonema yang perawatannya tidak sulit, memilih bisnis ini tidak mengeluarkan banyak modal dalam mengurusnya.

Peluang bisnis tanaman aglonema di Samarinda melalui komunikasi digital dengan memasarkan melalui sosial media dan *startup marketplace* merupakan cara pilihan model bisnis yang sangat trend saat ini, dengan alat komunikasi digital yang dimiliki

seperti *handphone*, dapat digunakan untuk memasarkan bisnisnya secara cepat dan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris Maulana.2021. *12 Jenis Aglonema yang Diprediksi Populer di 2021*.Kompas.com - 18/02/2021, 17:20 WIB
- Arif Fittyanto H .2006. *Budidaya Aglonema Di Dewi Sri*.Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Baskoro Perdana Putra.2013.*Analisis Penetapan Tingkat Marjin Akad Pembiayaan Murabahah: Studi Kasus Pada Baitul Maal wa Tamwil Ahmad Yani Malang*.Gema Isnani Press.Jakarta
- Eric Ries. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Kiwe, L. (2018). *Jatuh-Bangun Bos-Bos Startup, Inspirasi dan Pelajaran di Balik Kesuksesan Perusahaan-Perusahaan Startup*. Yogyakarta: Checklist.
- Subono, M. dan A. Andoko. 2005. *Meningkatkan Kualitas Aglaonema Sang Ratu Pembawa Rezeki*. Agromedia Pustaka, Depok.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*.Alfabeta : Bandung.
- Tika Pabundu. 2005. *Metode Penelitian Geografi*.Jakarta:Pt Bumi Pustaka
- Tim CNN Indonesia. *Alasan Aglonema Banyak Diminati dan Jadi Bisnis Menggiurkan*. Senin, 27/07/2020 15:29 WIB
- Yovanda Noni Kamis, 2020. *Bisnis Aglonema di Samarinda, Kian Laris di Masa Pandemi Covid-19*.Swara Kaltim 24 September 2020 | 09:06 WIB