



PEMBUATAN BONSAI BERKARAKTER DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PETANI BONSAI SEGORO KIDUL

Waterman S.B¹, Yekti Utami², Sri Harjanti³

¹ Fakultas Teknologi Mineral UPN Veteran Yogyakarta

^{2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Yogyakarta

Email: ¹ waterman.sb@upnyk.ac.id, ² yekti.utami@upnyk.ac.id,

³ sri.harjanti@upnyk.ac.id

Abstract

The corona virus outbreak has had a significant impact on the community's economy, on the other hand, people are required to be productive. The purpose of this service is to educate and develop the bonsai business. The service partner is a Segoro Kidul bonsai farmer in the Krakal coastal area of Gunungkidul. Based on the situation analysis, the problems of service partners are understanding aspects of nature conservation, knowledge of bonsai anatomy, basic movements of bonsai characters, skills in using bonsai equipment, skills in making pots according to bonsai characters, and the use of social media. The methodology includes surveys of bonsai growers, anatomy training, basic movement skills, old character of bonsai, digital marketing, and mentoring. The results showed an increase in the skill of making basic bonsai movements, old characters, and high selling value. The application of digital marketing through Facebook, Instagram has increased the marketing of character bonsai.

Keywords: *Bonsai farmer, basic movement, character, digital marketing*

Abstrak

Dampak wabah virus korona mengakibatkan penurunan ekonomi masyarakat secara signifikan. Di sisi lain masyarakat dituntut untuk produktif. Tujuan Pengabdian adalah edukasi dan pengembangan bisnis bonsai di daerah Krakal Kabupaten Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta. Mitra pengabdian adalah petani bonsai Segoro Kidul di daerah pantai Krakal. Berdasarkan analisis situasi, permasalahan mitra pengabdian adalah pemahaman aspek konservasi alam, rendahnya pengetahuan anatomi bonsai, gerak dasar bonsai berkarakter, keterampilan memakai peralatan bonsai, keterampilan membuat pot sesuai karakter bonsai, dan pemakaian media sosial dalam pemasaran. Metodologi meliputi studi literatur tentang pembuatan dan penggunaan peralatan bonsai, survei penjual dan penggemar tanaman bonsai, pemberian pelatihan pemahaman anatomi tanaman, keterampilan membuat gerak dasar, dan karakter tua dari bonsai, keterampilan penggunaan peralatan bonsai, digital marketing, dan pendampingan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan keterampilan wawasan anatomi bonsai sehingga mampu membuat gerak dasar bonsai menjadi bonsai berkarakter tua dan bernilai jual tinggi. Penerapan digital marketing melalui facebook, instagram telah meningkatkan pemasaran bonsai berkarakter.

Kata kunci: Petani bonsai, gerak dasar, karakter, digital marketing

PENDAHULUAN

Di masa endemi covid-19 Pemerintah telah mengantisipasi dan mengurangi jumlah penderita virus corona di seluruh daerah di Indonesia. Aturan yang diterapkan adalah memberikan kebijakan pembatasan terukur. Aturan ini berdampak pada peningkatan pengangguran, sehingga ekonomi masyarakat mengalami penurunan. Kondisi tersebut seharusnya tidak membatasi masyarakat untuk tetap produktif. Pengetahuan dan kreatifitas dalam memberdayakan hasil alam dan budidaya sangat diperlukan untuk menopang kebutuhan sehari-hari. Pengabdian ini fokus pada hasil alam dan budidaya yang pada saat sekarang ini ramai diminati karena keindahan, keunikan, dan memiliki nilai jual tinggi yaitu tanaman bonsai. Edukasi masyarakat terhadap tanaman bonsai sangat penting dilakukan agar tercipta lingkungan yang baik dan lestari.

Pada saat ini masih banyak orang memanfaatkan tanaman bonsai dengan membongkar pada lingkungan alam sehingga merusak kondisi lingkungan. Pantai-pantai di Gunungkidul sangat cocok untuk tumbuh dan berkembang pohon Santigi, namun sekarang nyaris sudah tak ditemukan lagi. Wadah organisasi untuk berkomunikasi, edukasi dan bimbingan teknis sangat diperlukan. Pada pedagang bonsai terjadi penumpukan bahan bonsai (kuantitas) dengan kualitas rendah sehingga bernilai jual rendah. Pemahaman bonsai berkarakter perlu disosialisasikan sehingga bernilai jual tinggi. Pelatihan untuk pemahaman jenis tanaman dan unsur hara yang diperlukan penting untuk keberlanjutan tanaman bonsai pada masa depan. Media sosial perlu dikenalkan untuk optimalisasi pemasaran komoditas bonsai tersebut. Pengelolaan terintegrasi diperlukan untuk memaksimalkan proses dari pemilihan bahan bonsai, pembentukan karakter akar-batang-percabangan-daun, perawatan, pembuatan konten promosi, pemasaran modern berbasis media sosial, dan keuntungan disisihkan untuk budidaya bakalan bonsai.

Umumnya masyarakat mencari bahan bonsai di daerah konservasi lahan terutama di sepanjang daerah pantai selatan Kabupaten Gunungkidul. Kreativitas untuk membentuk karakter bonsai bernilai jual tinggi perlu ditingkatkan. Sering



terjadi kegagalan pemindahan dari bahan bonsai ke pot yang disyaratkan. Pemasaran komoditas bonsai sebagai souvenir atau koleksi pribadi dilakukan secara tradisional. Industri bonsai berbasis kearifan lokal Segoro Kidul perlu diwujudkan dalam pembentukan wadah organisasi yang memadai. Wadah organisasi bonsai Segoro Kidul merupakan sarana untuk komunikasi sosialisasi konservasi alam Gunungkidul. Bonsai bernilai tinggi diukur dari keseimbangan dan keindahan mulai dari perakaran, batang, percabangan, perantingan, dan kondisi daun tanaman. Pengetahuan tentang anatomi tanaman penting untuk merancang gerak dasar tanaman bonsai. Pemasaran menjadi faktor kunci pengembangan tanaman bonsai ini. Pembuatan web digital marketing atau e-commerce sebagai pemasaran modern dilakukan dengan membuat konten-konten menarik terkait keunikan dan keindahan tanaman bonsai untuk menunjang pemasaran secara luas. Penguatan kelembagaan dilakukan sebagai wadah perkumpulan penggemar bonsai untuk memaksimalkan komunikasi dan informasi.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Afrilia, 2018). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Purwana et al, 2017).

Di era sekarang ini, para pelaku petani bonsai Segoro Kidul memiliki potensi memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh Petani Bonsai Segoro Kidul tersebut. Petani Bonsai Segoro Kidul yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan ecommerce, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Banyak petani bonsai Segoro Kidul yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital

tersebut.

Salah satu media digital marketing yang sering digunakan adalah Google Bisnis (Wardhana, 2018). Google Bisnis merupakan aplikasi gratis yang dapat digunakan untuk membantu agar bisnis para pelaku Petani Bonsai Segoro Kidul dapat ditemukan di berbagai produk Google, seperti di Maps dan penelusuran. Pelaku Petani Bonsai Segoro Kidul berpeluang menjalankan bisnis dengan melayani pelanggan di area layanan yang ditentukan, Google Bisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis Petani Bonsai Segoro Kidul tersebut (Ridwan et al, 2019).

Media lain untuk digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram dan Facebook. Facebook memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan Facebook untuk mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut (Rachmawati, 2018). Berdasarkan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnis memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Diskusi di bawah ini adalah metode pelaksanaan kegiatan pengabdian bagi masyarakat. Metode kegiatan menggabungkan training, penyadaran masalah konservasi, dan pendampingan.

Analisis situasi dengan mempelajari kondisi lingkungan sosial budaya, permasalahan mitra yaitu pembentukan karakter bonsai bernilai jual tinggi, aplikasi media sosial memakai aplikasi e-commerce. Solusi peningkatan keterampilan budidaya tanaman bonsai memakai peralatan canggih dengan pemasaran via digital marketing atau e-commerce. Kegiatan pendampingan dilakukan bersama dinas pariwisata dengan konsep penataan kawasan budidaya bonsai pada areal tataruang pariwisata di Kabupaten Gunungkidul.

Pelaksanaan kegiatan

Pengabdian ini dilakukan di Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari,

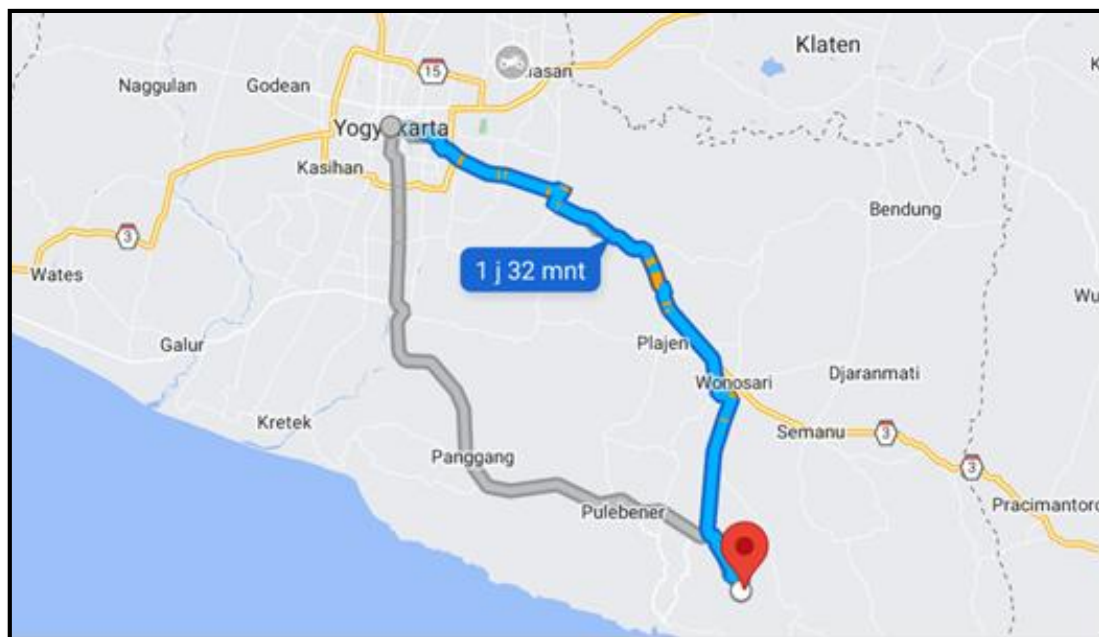


Kabupaten Gunungkidul yang merupakan kelompok masyarakat penjual tanaman bonsai yang tergabung dalam kelompok penggemar bonsai Segoro Kidul. Jarak tempuh dari ibukota Provinsi 65 km. Luas wilayah Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul 1.492,34 Ha.

Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul dapat ditempuh menggunakan sepeda motor selama 1,5 jam perjalanan dengan jarak tempuh 65 km dimulai dari Jalan Ring Road Utara menuju arah timur menuju Jalan Raya Solo sejauh 5 km, kemudian ke arah timur sejauh 5 km menuju Jalan Piyungan Prambanan. Selanjutnya menuju Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul sejauh 45 km (lihat Gambar 1).

Secara administratif lokasi Pengabdian yang berada Desa Ngastiharjo berbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Desa Hargosari Kecamatan Tanjungsari
- Sebelah Timur : Desa Sidoarjo, Kecamatan Tepus
- Sebelah Barat : Desa Banjarejo, Kecamatan Tanjungsari
- Sebelah Selatan : Samudera Hindia



Gambar 1. Lokasi Desa Ngastiharjo

Berikut adalah penjelasan tentang pelaksanaan kegiatan pelatihan berdasarkan waktu.

1. Koordinasi dengan pihak Petani Bonsai Segoro Kidul pada hari Senin, tanggal 7 Juni 2022 selaku Mitra Pengabdian untuk menentukan lokasi, hari, dan jam yang tepat sehingga pemberian materi pelatihan bisa maksimal dan tepat sasaran. Adapun tanggal yang disepakati adalah hari Selasa, 7 Juni 2022 pukul 10.00–14.00 WIB. Hari dan jam ini disepakati sesuai dengan kesediaan Petani Bonsai Segoro Kidul selaku Mitra Pengabdian. Selain itu dari hasil koordinasi ditetapkan bahwa sekurang-kurangnya 15 orang petani Bonsai Segoro Kidul itu sendiri.



Gambar 2. Koordinasi Awal dengan Mitra Petani Bonsai Segoro Kidul

2. Persiapan penyuluhan dan pelatihan dari tanggal 5-6 Juni 2022. Dalam hal ini yang disiapkan berupa materi yang akan ditampilkan dalam sesi ceramah, persiapan pembicara, materi print out yang akan dibagikan kepada peserta, cek dan penataan lokasi kegiatan, serta persiapan peralatan dan persiapan pendukung seperti daftar hadir peserta, konsumsi, back drop dan lain-lain.
3. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama pada tanggal 7 Juni 2022 pukul 10.00 WIB yaitu berupa pemberian materi tentang pentingnya konservasi tanaman santigi di Gunungkidul yang diberikan oleh salah satu dari anggota tim pengusul. Lama sesi pertama kurang lebih 30 menit disusul dengan sesi tanya jawab. Peserta pelatihan sesi pertama dihadiri oleh 15 orang pemilik usaha Petani Bonsai Segoro Kidul.



Gambar 3. Pemberian Materi Pada Sesi Pertama

4. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi ke dua pada tanggal 29 Juni 2022, pukul 11.00 WIB, yaitu mempelajari anatomi tanaman bonsai. Materi praktek disampaikan oleh satu satu dari anggota pengurus. Peserta pelatihan sesi ke dua dihadiri oleh 15 orang tenaga penjualan, 1 orang pemilik usaha Petani Bonsai Segoro Kidul.



Gambar 4. Pemberian Materi Pada Sesi Kedua Anatomi Tanaman Bonsai

5. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi ke tiga pada tanggal 8 Juli 2022, pukul 11.00 WIB, yaitu gerak dasar seperti pecah batang, pecah akar, dan perantingan pohon bonsai yang berkualitas tinggi. Materi praktek disampaikan oleh satu satu dari anggota pengurus. Peserta pelatihan sesi ke dua dihadiri oleh 15 orang tenaga penjualan, 1 orang pemilik usaha Petani Bonsai Segoro Kidul.



Gambar 5. Pemberian Materi Pada Sesi Ketiga Pelatihan Gerak Dasar Bonsai dengan Petani Segoro Kidul

6. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi ke empat pada tanggal 22 Juli 2022, pukul 11.00 WIB, yaitu meningkatkan nilai tambah dari hasil pemrograman bonsai, perawatan dan penanganan memakai peralatan modern. Materi praktek disampaikan oleh satu satu dari anggota pengurus. Peserta pelatihan sesi ke dua dihadiri oleh 15 orang tenaga penjualan, 1 orang pemilik usaha Petani Bonsai Segoro Kidul.



Gambar 6. Pemberian Materi Pada Sesi Keempat Pelatihan Pemrograman Bonsai, Perawatan Dan Penangan Memakai Peralatan Modern dengan Petani Segoro Kidul

7. Kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan sesi ke lima pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 11.00 WIB, yaitu cara memasarkan bonsai lebih luas secara online melalui digital marketing, dan media sosial.



Gambar 7. Pemberian Materi Pada Sesi Kelima Pelatihan Memasarkan Bonsai Lebih Luas Secara Online Melalui Digital Marketing dengan Petani Segoro Kidul

Terakhir kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada Mitra Pengabdian dengan harapan agar bantuan digital marketing yang diberikan bisa bermanfaat bagi kemajuan usaha Petani Bonsai Segoro Kidul ke depannya. Kegiatan berakhir pada pukul 13.00 WIB.



Gambar 8. Sesi Foto Bersama Tim Pelaksana Beserta Peserta Kegiatan

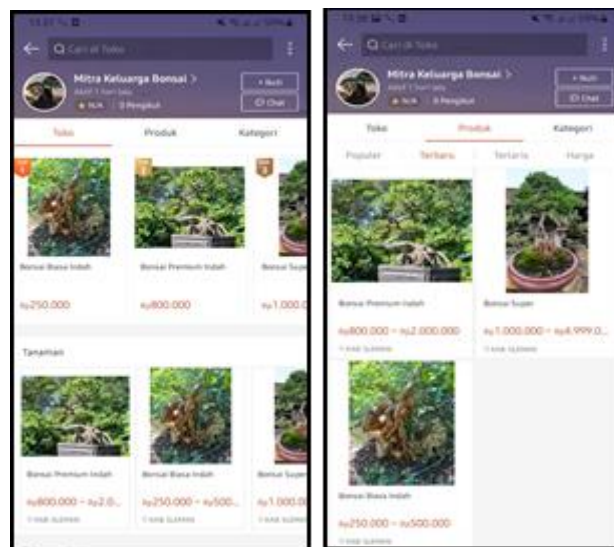
HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian program kegiatan Pengabdian ini dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan.

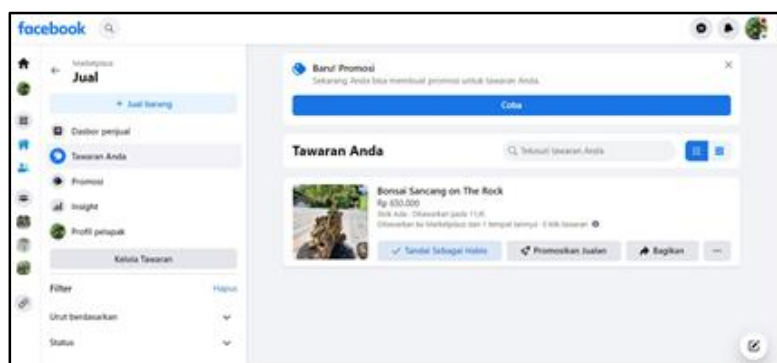
Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan telah menghasilkan luaran produk pohon bonsai yang berkarakter nilai jual tinggi dan siap untuk dipasarkan melalui media sosial seperti market place di aplikasi facebook dan shopee (lihat Gambar 9-16).



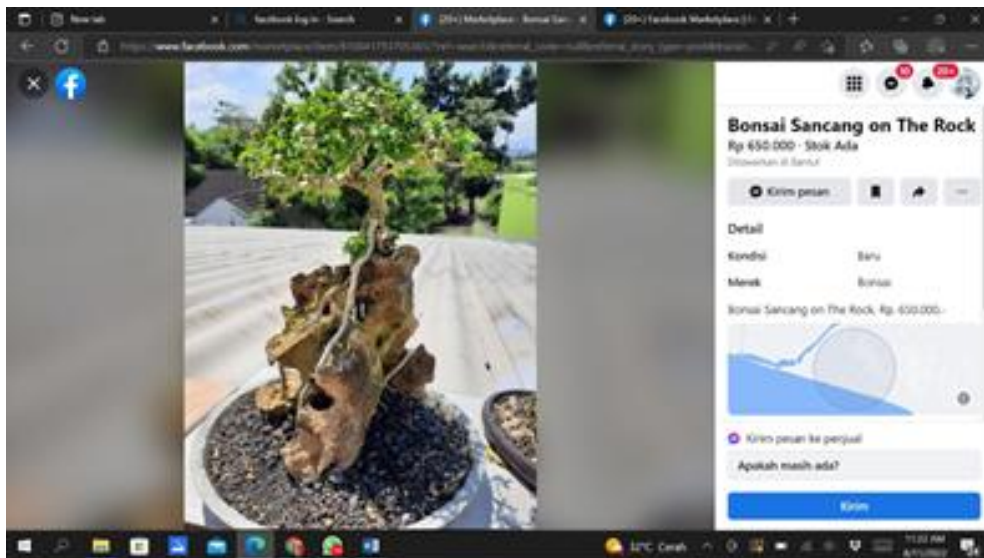
Gambar 9. Tanaman bonsai yang sudah dipacking dan siap dikirim



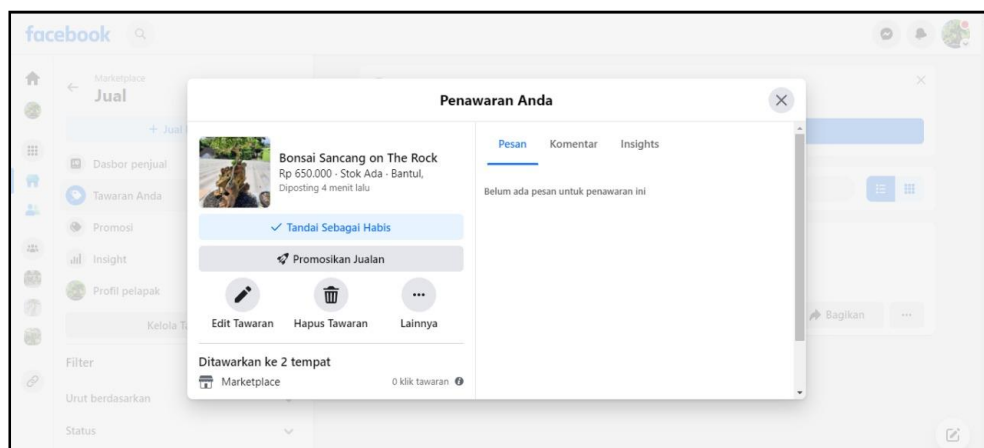
Gambar 10. Screenshot Feeds Akun Shopee Bisnis Mitra Petani Bonsai Segoro Kidul



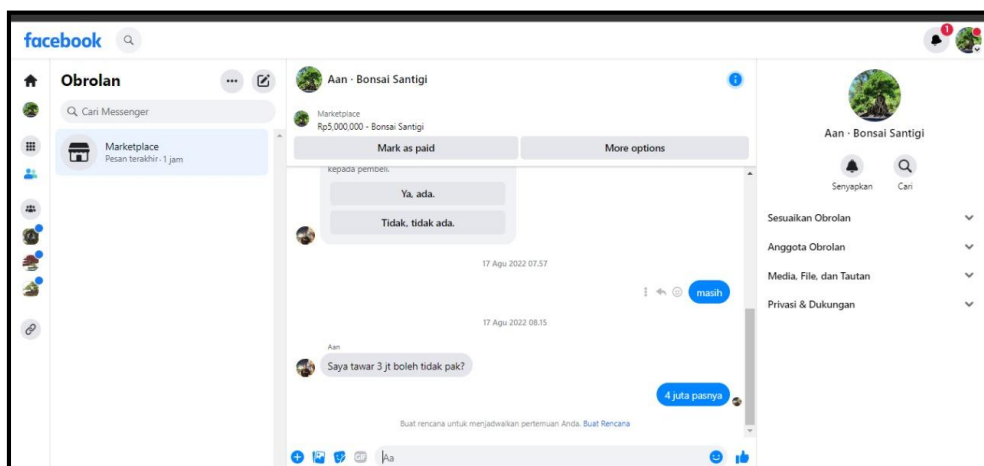
Gambar 11. Screenshot Penawaran untuk Pembelian Bonsai Santangi pada Aplikasi Facebook



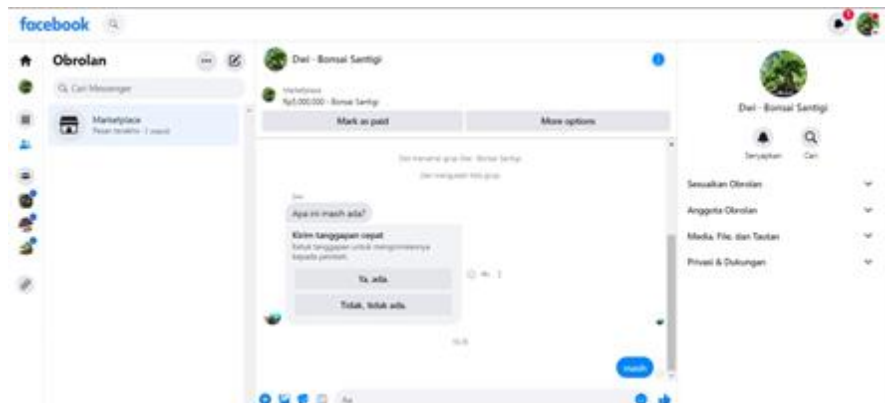
Gambar 12. Aplikasi Market Place dalam Facebook untuk Pemasaran Bonsai Segoro Kidul



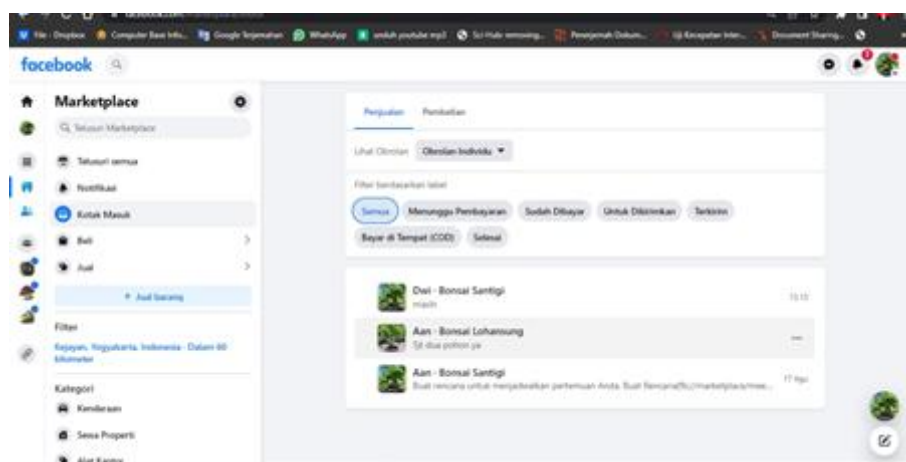
Gambar 13 Screenshot Penawaran untuk Pembelian Bonsai Santigi pada Fitur Market Place



Gambar 14 Screenshot Percakapan Penawaran Harga antara Penjual dan Pembeli



Gambar 15 Screenshot Chat Pembeli Menanyakan dengan Diskusi Tentang Jumlah dan Persediaan Bonsai



Gambar 16. Screenshot Penawaran Pembelian di Facebook Bisnis Mitra Petani Bonsai Segoro Kidul

Pembahasan

Pengabdian ini fokus pada hasil alam dan budidaya yang pada saat sekarang ini sangat diminati karena keindahan, keunikan, dan memiliki nilai jual tinggi yaitu tanaman bonsai (Rahimia, 2013). Edukasi masyarakat terhadap tanaman bonsai sangat penting dilakukan agar tercipta lingkungan yang baik dan lestari (Wang dkk, 2020). Pada saat ini masih banyak orang memanfaatkan tanaman ini dengan membongkar di alam sehingga merusak kondisi lingkungan. Pantai-pantai di Gunungkidul sangat cocok untuk tumbuh dan berkembang pohon Santigi, namun sekarang nyaris sudah tak ditemukan lagi. Wadah organisasi untuk berkomunikasi diperlukan untuk edukasi dan bimbingan teknis. Euforia bonsai ini seharusnya diikuti pemahaman pembentukan karakter bonsai yang bernilai jual tinggi (Pietraszko dkk, 2014). Karakteristik bonsai bernilai jual tinggi dapat diukur dari



jenis, umur, bentuk bonsai, bentuk batang, bentuk ranting, dan bentuk daun.

Mitra dalam pelaksanaan pengabdian adalah Petani Bonsai Segoro Kidul yang bergerak dalam bidang usaha produksi dan jual beli bonsai di Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul. Dalam kegiatan jual beli bonsai Desa Ngastiharjo, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunungkidul, Petani Bonsai Segoro Kidul termasuk daerah pertama yang membuka usaha di bidang tersebut serta dan masih bertahan hingga saat ini. Pada kegiatan pemasaran cenderung tradisional. Untuk itu perlu diberikan pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasaran menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Selain itu mitra juga diberikan bantuan dalam membuat akun di media digital (Google bisnis dan Instagram).

Sasaran program Pengabdian bagi Masyarakat adalah petani penggarap bonsai di Kecamatan Tanjungsari merupakan masyarakat tidak produktif secara ekonomis (masyarakat biasa). Jumlah mitra ini sekitar 20 orang yang aktif dengan latar belakang petani. Jenis permasalahan yang telah ditangani dalam program PbM meliputi aspek penggunaan peralatan bonsai modern dan pemasaran. Aspek produksi dengan melatih kelompok/komunitas mengelola dan membudidayakan tanaman bonsai sehingga memiliki nilai jual yang tinggi sedangkan manajemen pemasaran dengan membuat e-commerce dengan konten-konten menarik untuk memperluas pemasaran.

Pada hakekatnya, kegiatan PbM ini merupakan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi mitra dengan pendekatan secara terpadu. Peningkatan penjualan bonsai telah meningkatkan nilai ekonomis tanaman bonsai yang sebelumnya tidak dikelola secara optimal. Tabel 1 di bawah menunjukkan indikator keberhasilan.

Tabel 1 Indikator Keberhasilan PbM Petani Bonsai Segorokidul

| No | Indikator Keberhasilan | Uraian | | | Presentase Kenaikan |
|----|---|--|------|---|---------------------|
| | | Pra PbM | Dari | Pasca PbM | |
| 1 | Keterampilan dalam mengolah gerak dasar dan tampilan bonsai | Belum memiliki keterampilan yang memadai | 25% | Memiliki keterampilan pengolahan gerak dasar bonsai seperti program pecah batang, pecah akar, dan perantingan | 80% |

| | | | | | |
|---|-------------------|--|-----|--|-----|
| 2 | Budidaya Bonsai | Belum ada budidaya | 25% | Melakukan budiaya tanaman langka (santigi) dan usaha tanaman bonsai yang berkualitas tinggi | 90% |
| 3 | Nilai jual Bonsai | Nilai jual rendah atau belum memiliki nilai jual | 25% | Meningkat nilai tambah dari hasil pemrograman bonsai, perawatan dan penanganan memakai peralatan modern | 95% |
| 4 | Pemasaran Bonsai | -Sebatas menunggu pembeli atau tatap muka. -perminatan rendah -ketertarikan rendah | 25% | Dipasarkan lebih luas secara online melalui digital marketing, dan media sosial, diterapkan konten-konten menarik. | 85% |

PENUTUP

Simpulan

Pelatihan dan pendampingan kepada petani bonsai Segoro Kidul telah meningkatkan keterampilan dalam pemahaman anatomi bonsai sehingga dapat menerapkan teknik gerak dasar dan membuat karakter bonsai bernilai jual tinggi

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para Petani Bonsai Segoro Kidul untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula.

Hasil pemberian pelatihan tentang pemanfaatan digital marketing sebagai sarana pemasaran produk usaha kepada Mitra Pengabdian, dilanjutkan pemberian tutorial pembuatan akun pada media digital telah memperluas jangkauan pemasaran petani bonsai Segoro Kidul. Media digital yang digunakan adalah Google Bisnis dan Media Sosial yaitu Instagram dan Facebook.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan Pengabdian bagi Masyarakat ini, disarankan melanjutkan pelatihan cara pengiriman ke luar daerah, termasuk ekspor ke negara tetangga misalnya Malaysia, Korea, dan Jepang. Selain itu pelatihan untuk mengurus dokumen ekspor perlu dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan



Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia yang telah memberikan dukungan dana untuk pengabdian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi positif pada pengabdian masyarakat dengan menjelaskan bentuk kontribusi yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, A, M. Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* 1 (1) 2018. Hal 147-157
- Busch, W. M., *Indoor Bonsai for Beginners - Selection, Care & Training*, (2005) 112 pp.
- Ceronio, C.S., *Practical guide to bonsai styles of the world*, Third Edition, Briza Publications; (2015), 216 pp.
- H.B. Wang, M. Wang, and J. Qinc, Y.H. Hu, *Enlightenments from potted landscapes (Bonsai and Penjing) for urban revegetation in the built environment*, *Urban Forestry & Urban Greening* Volume 49, (2020), 126602.
- Giget, M. *The bonsai trees of Japanese industry*, *Futures*, Volume 20, Issue 2, (1988), pp. 147-154.
- Purwana, et al, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* Vol 1 No 1, (2017).
- Pietraszko, K, dan Sobota, J, *Bonsai as reflection of nature's beauty: styles and aesthetic value*, *WSEAS Transactions on Environment and Development* 2014, pp. 588- 605.
- Pessey, C dan Samson, R, *Bonsai Basics, Step-by-Step Guide to Growing, Training & General Care*, (1993), 120 pp.
- Rachmawati, *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*, Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Surabaya, (2018).
- Ridwan, I, M. dkk, 2019. *Penerapan Digital marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung*. *JURNAL ABDIMAS BSI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Vol. 2 No. 1 Februari 2019, pp. 137-142.
- Rahimia, S, Naderib, R, S.A Ghaemaghani, Katalejari, S, Babak Farham, *Study on effects of different Plant Growth Regulators types in shoot regeneration and node formation of Sutsuki Azalea (Rhododendron indicum): a commercially important bonsai*, *Procedia Engineering* 59 (2013), pp. 240-246.
- Tomlinson, H and Watson, C, *Bonsai; 101 Essential tips* by DK Pub. (2003), 72 pp., ISBN 0789496879.
- The Bonsai Handbook* by Prescott, D and Lewis, C, New Holland (2003), 160 pp. ISBN 1859747094.
- Wardana, A, *Strategi Digital marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia*. *Prosiding Seminar Nasional: Forum Keuangan dan Bisnis IV*, (2015).