

---

## **PKM Literasi Pemasaran Digital Berbasis Green Economy Pada Kelompok Wanita Tani Perkotaan di Kota Makassar**

**Sitti Hajerah Hasyim<sup>1</sup>, Muhammad Hasan<sup>2</sup>, Citra Ayni Kamaruddin<sup>3</sup>, Nur Arisah<sup>4</sup>, Hikmayani Subur<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: [penulis@gmail.com](mailto:penulis@gmail.com)

<sup>2</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

<sup>3</sup> Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

<sup>4</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

<sup>5</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

---

### **Artikel info**

**Abstract.** Marketing of the agricultural products of the Lorong Anggrek Farming Women's Group, Bara-baraya Village is still limited to word of mouth, from house to house, especially within the Bara-baraya Subdistrict, even though these agricultural products have the potential to be marketed online, especially since the Lorong Anggrek Women's Farming Group is in the city center. Makassar. Therefore, the aim of this service is that digital marketing assistance for Green Economy-based products is carried out by creating special accounts for product promotions and orders, namely WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok accounts and Shopee accounts. Next, creative content is created in the form of flyers and videos which are posted on YouTube and social media as well as through the TikTok application. The method applied is providing assistance and training to members of the Lorong Anggrek Women's Farming Group regarding packaging, labeling and marketing through online media to increase sales of agricultural products to increase the added value of production in the Lorong Anggrek Women's Farming Group, Bara-baraya Village.

**Abstrak.** Pemasaran hasil tani Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya masih sebatas dari mulut ke mulut, dari rumah ke rumah utamanya dalam lingkup Kelurahan Bara-baraya, padahal hasil tani tersebut berpotensi untuk dipasarkan secara online apalagi Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek berada di pusat kota Makassar. Maka dari itu tujuan dari pengabdian ini dilakukan yaitu pendampingan pemasaran digital produk berbasis Green Economy dilaksanakan dengan membuat akun khusus untuk promosi dan pemesanan produk yaitu whatsapp, instagram, facebook, akun TikTok, dan akun shopee. Selanjutnya dilakukan pembuatan konten-konten kreatif berupa flyer dan video yang

---

di posting di youtube maupun media sosial serta melalui aplikasi TikTok. Adapun metode yang yang diterapkan yaitu melakukan pendampingan dan pelatihan kepada anggota Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek terkait pengemasan, pebelan hingga ke pemasaran melalui media online untuk meningkatkan penjualan hasil tani dapat meningkatkan nilai tambah produksi pada Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya.

**Keywords:**

*Pelatihan dan  
Pendampingan;  
Literasi Pemasaran  
Digital;  
Green Economy.*

**Corresponden author:**

Email: [xxx@gmail.com](mailto:xxx@gmail.com)



artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY -4.0

**PENDAHULUAN**

Kelurahan Bara-baraya, Kota Makassar memiliki jumlah penduduk sebesar 7.380 jiwa yang 49,40% adalah wanita. Kelurahan ini memiliki 5 RW dengan banyak lorong dengan potensi setiap lorong yang sangat unik. Di setiap lorong tersebut terdapat pekarangan dan area tanam 120 m<sup>2</sup> yang digunakan oleh kelompok wanita tani perkotaan untuk bercocok tanam berbagai komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomi, seperti tanaman sayur-sayuran yaitu cabai, kemangi, selada, pakcoy, tomat, dan terong. Kelurahan ini memiliki akses yang cukup baik terhadap infrastruktur dan pasar, yang mendukung pengembangan usaha pertanian lokal.

Komunitas wanita tani perkotaan di kelurahan Bara-baraya mayoritas bermukim di Jalan Abu Bakar Lambogo, Lorong 4 RT/005 RW/003. Komunitas ini berawal sebagai Badan Usaha Lorong, selanjutnya berubah menjadi Urban Farming. Komunitas ini berdiri sejak 7 Januari 2018 dengan beranggotakan 21 orang yang mengelola lahan seluas 120 m<sup>2</sup> yang bernama Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek. Komunitas ini didirikan dan tumbuh berdasarkan prinsip kemasyhuran, harmoni, dan tujuan bersama untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui peran serta wanita sebagai ujung tombak perekonomian keluarga.



**Gambar 1. Lokasi Mitra Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya, Kota Makassar**

Berdasarkan observasi tim pengabdian, diperoleh informasi bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) Lorong Anggrek mengelola berbagai sayur-sayuran yaitu cabai, kemangi, selada, pakcoy, tomat, dan terong, serta beberapa jenis sayuran lainnya yang bibit awalnya berasal dari Dinas Ketahanan Pangan Kota Makassar. Selain sayur-sayuran Kelompok Wanita Tani (KWT) Anggrek juga mulai membudidayakan tanaman hias. Tanaman budidaya tersebut dipanen setiap sekali seminggu dalam beberapa bulan terakhir, terfokus pada tanaman cabai dan selada. Namun yang menjadi salah satu kekurangan yaitu pada penjualan hasil tani, akan ada pengendara yang mengangkut hasil panen kemudian dijual kembali dari rumah ke rumah (Rahmayani D. dkk, 2022).

Pengelolaan hasil usaha tani memerlukan suatu pedoman pengetahuan yang dapat diperoleh dari kegiatan literasi masyarakat. Usaha tani perkotaan membutuhkan pengetahuan juga keterampilan yang seimbang dan memadai dalam pengelolaan usaha tani. Peningkatan literasi dapat membantu pengelolaan usaha tani pada daerah perkotaan menjadi lebih efektif dalam program pemasaran maupun program yang lainnya (Ilhamalimy RR. dkk, 2023). Dalam pemasaran usaha tani sangat dibutuhkan para petani-petani milenial dalam perkembangan kewirausahaan usaha tani (Erwin, dkk, 2021). Pemasaran digital sudah harus diperkenalkan kepada Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya agar produk dari usaha tani dapat dihubungkan secara langsung kepada konsumen maupun masyarakat luas (Ilhamalimy RR. dkk, 2023). Pemasaran digital merupakan proses pemasaran suatu produk yang dilakukan melalui media internet serta melalui proses pemasaran digital dapat membantu perekonomian menjadi lebih kreatif (Rahman F.K. dkk, 2022).

Kegiatan literasi sangat membantu dalam memulai lalu mengembangkan usaha, dalam meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha tani, membangun jejaring usaha agar dikenal lebih banyak orang, dan bagaimana menentukan suatu strategi dalam mengelola usaha tani (Mirantika N, 2024). Tetapi banyak yang belum sepenuhnya menerapkan literasi terkait pemasaran digital dalam usaha yang sedang dikembangkan. Termasuk Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek belum sepenuhnya menerapkan literasi pemasaran digital pada hasil tani yang sedang dilakukan. Kolaborasi antara teknologi dan perkembangan bisnis dapat memberikan banyak hal-hal positif (Amalia, M.H, dkk, 2024). Pemasaran digital sangat membantu dalam aktivitas penjualan berbasis internet ataupun penjualan yang dilakukan secara online (Danasari I.F. dkk, 2022). Pemasaran hasil usaha tani juga harus dibantu dengan teknologi modern yang sudah banyak berkembang pada era saat ini. Pemasaran hasil usaha tani haruslah memanfaatkan penggunaan media digital dalam pengembangan digital bisnis sebaik-baiknya agar usaha tani yang dikelola semakin dikenal konsumen [8]. Penguatan literasi pemasaran digital haruslah dilakukan dengan efektif agar hasil tani dapat dikenal dan dipasarkan ke masyarakat luas (Regif SY. dkk, 2023; Wrdani T. dkk, 2022).

Pemasaran hasil tani Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya masih sebatas dari mulut ke mulut, dari rumah ke rumah utamanya dalam lingkup Kelurahan Bara-baraya, padahal hasil tani tersebut berpotensi untuk dipasarkan secara online apalagi Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek berada di pusat kota Makassar. Pendampingan pemasaran digital produk berbasis Green Economy dilaksanakan dengan membuat akun khusus untuk promosi dan pemesanan produk yaitu whatsapp, instagram, facebook, akun TikTok, dan akun shopee. Selanjutnya dilakukan pembuatan konten-konten kreatif berupa flyer dan video yang di posting di youtube maupun media sosial serta melalui aplikasi TikTok. Ditargetkan setelah pendampingan literasi pemasaran digital berbasis Green Economy, penjualan hasil tani dapat meningkatkan nilai tambah produksi pada Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya.

Berdasarkan analisis situasi dan tujuan maka Fokus PKM ini adalah berdasarkan analisis situasi dan tujuan maka Fokus PKM ini adalah peningkatan nilai tambah produksi pada Kelompok Wanita Tani Perkotaan melalui pelatihan dan pendampingan literasi pemasaran digital berbasis Green Economy.

## Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan melakukan pendampingan dan pelatihan kepada anggota Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek terkait pengemasan, pelebelan hingga ke pemasaran melalui media online untuk meningkatkan penjualan hasil tani dapat meningkatkan nilai tambah produksi pada Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek Kelurahan Bara-baraya. Waktu yang digunakan selama pengabdian adalah 2 minggu di Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek, Kecamatan Bara-baraya, Kota Makassar.

## Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di KWT Anggrek, Kelurahan Bara-Barayya, Kota Makassar dilaksanakan dengan cara transfer pengetahuan yaitu literasi pemasaran digital dan melakukan pelatihan dan pendampingan pengemasan, penglebelan, dan pemasaran digital melalui akun media sosial. Adapun pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) diawali dengan melakukan kunjungan ke lokasi pengabdian yaitu di Jalan Abu Bakar Lambogo, Lorong 4 RT/005 RW/003, Kelurahan Bara-Barayya, Kecamatan Makassar, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Tim pengabdian diterima oleh Ibu Ketua KWT Anggrek yaitu Ibu **Jumriati** beserta dengan para ibu-ibu anggota KWT Anggrek. Bersama dengan Ibu Ketua KWT Anggrek, para pengabdian melakukan survey awal untuk mengenal situasi Lokasi.



**Gambar 2. Tim Pengabdian Berfoto dengan Ibu Ketua KWT Anggrek dan Para Ibu-Ibu Anggota KWT Anggrek Kelurahan Bara-Barayya**

2. Persiapan pelaksanaan yaitu dengan melakukan pemetikan/panen hasil tani KWT Angrek yang nantinya akan dijadikan sebuah produk yang siap untuk dipasarkan



**Gambar 3. Pemetikan/panen hasil tani KWT Angrek yang nantinya akan dijadikan sebuah produk yang siap untuk dipasarkan**

3. Pelaksanaan Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:
  - a) Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM)



**Gambar 4. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM)**

- b) Sambutan dan Arahan dari Ketua Tim Program PKM kepada peserta pelatihan



**Gambar 5. Sambutan dan Arahan dari Ketua Tim Pengabdian oleh Ibu Dra. Sitti Hajerah Hasyim, M.Si.**

- c) Sosialisasi terkait literasi pemasaran digital



**Gambar 6. Sosialisasi terkait Literasi Pemasaran Digital kepada Peserta Pelatihan oleh Bapak Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd.**

- d) Pelatihan dan pendampingan melakukan pengemasan dan pebelan produk hasil tani KWT Angrek



**Gambar 7. Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk hasil Tani KWT Angrek**



**Gambar 8. Pelatihan dan Pendampingan Pebelan Produk hasil Tani KWT Angrek**

- e) Pelatihan dan Pendampingan Pemotretan dan Pemasaran Produk hasil tani melalui media online



**Gambar 9. Pelatihan dan Pendampingan Pemotretan dan Pemasaran Produk hasil tani melalui media online**

4. Penutup



Gambar 11. Foto Bersama Tim Pengabdian dan Peserta Pelatihan

### Simpulan Dan Saran

Setelah pelaksanaan program PKM, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan mitra terkait pemasaran digital
2. Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek mengetahui untuk memanfaatkan sosial media terhadap pemasaran produk
3. Peningkatan pengetahuan Kelompok Wanita Tani Lorong Anggrek mengenai teknik pemasaran digital
4. Berkembangnya pengetahuan masyarakat dalam pengemasan, pengepakan, dan pemasaran secara online

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka dapat dirumuskan saran yaitu perlunya pembinaan lebih lanjut bagi Ibu-Ibu anggota KWT Anggrek terkait penggunaan media sosial.

### Daftar Rujukan

- Amalia, Muhammad H, Citra AK, Nurdiana, Nurarisah. Peningkatan Literasi Bisnis Digital Dalam Pengelolaan Usaha Tani Perkotaan. JURKAMI. 2022;7(2):32. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i2.1757>
- Anantyasari M, Sarwono S, Alvyana. Peningkatan Literasi Green Economy Berbasis Syariah Melalui Pembuatan Produk Alami dan Pelatihan Digital Marketing. J Community Develop. 2024;196–204. <https://doi.org/10.47134/comdev.v4i3.172>

- Danasari I Fitri, Selvia SI, Sari NMW, Mandalika END. Sosialisasi Pemasaran Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Kelompok Wanita Tani Al-Ummahat Desa Lendang Nangka. Semnaskom Univ Mataram. 2022;4(1):401–7.
- Erwin, Suade YKM, Poernomo W. Analyzing Digital Marketing, Green Marketing, Networking and Product Innovation on Sustainability Business Performance, Silk .... Int J Econ Bus Account Res [Internet]. 2021;5(3):814–21. Available from: <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3048>
- Ilhamalimy RR, Supratman S, Septika BH. Green Marketing and Digital Marketing Strategies in Increasing Sales Products NTB Waste Bank. BASKARA J Bus Entrep. 2023;6(1):31–46. <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i1.18336>
- Mirantika N, Septiar Syamfithriani T, Amalia Asikin N. Pemanfaatan Digital Marketing Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Madu Desa Belawa Kabupaten Cirebon. J Pengabdian Kpd Masyarakat. 2024;5(1):642–8. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2211>
- Rahman Fathurrahman K, Izzati A, Wijaya W. Peran Kelompok Wanita Tani dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Melalui Digitalisasi Marketing Studi Empiris Petani Sayuran di Mijen, Semarang. Semin Nas Akunt dan Manaj Sekol Tinggi Ilmu Ekon AMA Salatiga. 2022;137–48.
- Rahmayani D, Yuliani R, Kristanti NR, Marpaung GN, Supriyadi A, Nuurfauzi M. Peningkatan Kapabilitas Green Economy Dalam Pengembangan Desa Wisata Sebagai Upaya Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan. Kumawula J Pengabdian Kpd Masyarakat. 2022;5(1):171. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.36289>
- Regif SY, Seran MS, Naif IY, Pattipeilohy A, Saputri L. Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat. J Ilmu Polit dan Pemerintah. 2023;9(1):49–69. <https://doi.org/10.37058/jipp.v9i1.6922>
- Wardani T, Reza, Astuti RF. Perilaku Pengelolaan Keuangan Berbasis Green Economy. Ekuitas J Pendidikan Ekon. 2022;10(1):138–44. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v10i1.47190>

