

Volume 7 Nomor 2 Agustus 2022

e-ISSN 2541-0938  
p-ISSN 2657-1528

# JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME  
7

NOMOR  
2

SINTANG  
AGUSTUS  
2022

e-ISSN  
2541-0938  
p-ISSN  
2657-1528



**Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)**  
<http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>

**DEWAN REDAKSI**

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)  
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia  
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia  
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia  
Husni Syahrudin, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia  
Maria Ulfah, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia  
Nuraini Asriati, FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia  
Suwinto Johan, President University, Indonesia  
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

**TIM REVIEWER**

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia  
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia  
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia  
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia  
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia  
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia  
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia  
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia  
Muhammad Hasan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia  
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia  
Muhammad Rahmattullah, FKIP, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia  
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia  
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia  
Suratno, Universitas Jambi, Indonesia  
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia

**Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) telah terindek**



**Alamat Redaksi:**

**Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang,  
Kalimantan Barat, Indonesia**  
**Email: [jurnaljurkami@gmail.com](mailto:jurnaljurkami@gmail.com)**

**Penerbit:**

**LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang**



This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)  
Copyright ©2022, The Author(s)

Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)  
| e-ISSN 2541-0938 p-ISSN 2657-1528



PENINGKATAN LITERASI BISNIS DIGITAL DALAM  
PENGELOLAAN USAHA TANI PERKOTAAN

Amalia<sup>✉</sup>, Muhammad Hasan<sup>2</sup>, Citra Ayni Kamaruddin<sup>3</sup>, Nurdiana<sup>4</sup>, Nur Arisah<sup>5</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar, Indonesia<sup>12345</sup>

<sup>✉</sup>Corresponding Author Email: [amalia130801lia@gmail.com](mailto:amalia130801lia@gmail.com)

Author Email: [m.hasan@unm.ac.id](mailto:m.hasan@unm.ac.id)<sup>2</sup>, [citraayni@unm.ac.id](mailto:citraayni@unm.ac.id)<sup>3</sup>, [diana@unm.ac.id](mailto:diana@unm.ac.id)<sup>4</sup>,  
[nurarisah.fe@unm.ac.id](mailto:nurarisah.fe@unm.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstract:**

Article History:

Received: February 2022

Revision: Juni 2022

Accepted: July 2022

Published: August 2022

Keywords:

Digital Business Literacy;  
Urban Farming

*This study was made on the basis of the aim of knowing how far the development of digital business literacy in farming management is carried out by the Orchid Women Farmer Group located in Bara-Baraya Village, Makassar City. This study was conducted with a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques in this study used observation techniques and interview techniques. There were 2 informants in this study, namely the chairman and treasurer of the Orchid Women Farmer Group. The selection of informants was done by purposive sampling technique. The results of this study suggest that digital business literacy is not carried out directly by members of the Orchid Farmer Women's Group, but is assisted by socialization and training held by the government and from Grab. As for things related to digital business literacy that can be developed by the Orchid Farmer Women's Group (1) Conducting meetings and discussions related to digital business and implementing it by creating digital content related to marketing of farm products (2) Conducting socialization related to increasing digital-based farming that is assisted in official application (3) Improving facilities that support literacy activities in collaboration with technology procurement.*

**Abstrak:**

Sejarah Artikel

Diterima: Februari 2022

Direvisi: Juni 2022

Disetujui: Juli 2022

Diterbitkan: Agustus  
2022

Kata kunci:

Literasi Bisnis Digital;  
Pertanian Perkotaan

Kajian ini dibuat atas dasar tujuan mengetahui sejauh mana perkembangan literasi bisnis digital dalam pengelolaan usaha tani yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Anggrek yang berlokasi di Kelurahan Bara-Baraya, Kota Makassar. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam kajian ini menggunakan teknik observasi dan juga teknik wawancara. Informan dalam kajian ini sebanyak 2 orang yaitu ketua dan bendahara Kelompok Wanita Tani Anggrek. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil kajian ini mengemukakan bahwa literasi bisnis digital tidak dilakukan secara langsung oleh Anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek, tetapi dibantu dengan sosialisasi-sosialisasi dan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan dari pihak Grab. Adapun hal terkait literasi bisnis digital yang dapat dikembangkan Kelompok Wanita Tani Anggrek (1) Melakukan pertemuan dan diskusi terkait digital bisnis dan mengimplementasikan dengan membuat konten-konten digital terkait pemasaran hasil usaha tani (2) Melakukan sosialisasi terkait peningkatan usaha tani berbasis digital yang dibantu dalam aplikasi resmi (3) Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan literasi yang dikolaborasikan dengan pengadaan teknologi.





*How to Cite:* Amalia., Hasan, M., Kamaruddin, C.A., Nurdiana, Arisah, N. 2022. *Peningkatan Literasi Bisnis Digital Dalam Pengelolaan Usaha Tani Perkotaan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 7 (2) DOI: 10.31932/jpe.v7i2.1757

## PENDAHULUAN

Negara Indonesia dikenal dengan Negara agraris, dimana sebagian besar mata pencaharian sebagian besar adalah bertani. Populasi masyarakat dalam lingkungan perkotaan berdampak pada lahan yang terkonversi sampai pada kualitas lingkungan yang semakin menurun. Dengan kondisi yang nyata dirasakan oleh pemerintah maupun masyarakat, membuat masyarakat di lingkungan perkotaan mulai bergerak untuk memanfaatkan lingkungan. Pertanian perkotaan melibatkan praktik dalam budidaya, suatu proses, dan kinerja langsung. Pertanian perkotaan adalah suatu istilah dalam suatu kegiatan pengolahan, penanaman, pertumbuhan, distribusi pangan yang dilakukan melalui budidaya-budidaya tanaman di daerah perkotaan (Fauzi et al., 2016).

Era digital pada zaman sekarang sudah menyebar luas dan hampir menyentuh segala aspek kehidupan manusia, era digital juga sedikit demi sedikit mulai berkolaborasi didalam dunia usaha tani dan aspek-aspek pertanian. Sudah banyak produk dari hasil usaha tani yang dihasilkan tetapi dilihat dari sisi lain harga jual yang didapatkan oleh petani masih tergolong rendah. Media digital dan teknologi dikolaborasikan dalam penerapan suatu bisnis yang berjalan (Anindia et al., 2019). Perkembangan dari media-media digital pada saat ini banyak dimanfaatkan oleh para pelaku-pelaku bisnis dalam kegiatan-kegiatan pemasaran. Digital bisnis mempunyai suatu tujuan

dalam pemenuhan konsumen lebih efektif (Wibowo, 2020).

Pengembangan usaha berbasis digitalisasi akan membantu perekonomian digital jika dikembangkan dengan sangat baik (Khoiroh et al., 2019). Tetapi edukasi literasi dalam bidang bisnis digital bisa dikatakan sangat rendah. Banyak petani yang mengembangkan usaha tani tanpa memaksimalkan literasi. Literasi pada bidang digital bisnis dapat membantu kualitas sumber daya manusia dalam membantu mengembangkan bisnisnya (Arianto, 2020). Dalam pengembangan usaha tani berbasis digital perlu dilihat dari segi literasi bisnis secara digital, kapasitas produksi usaha berbasis digital, dan kualitas produksi dari usaha tani. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tresnawati et al., 2018, menyatakan bahwa kualitas kehidupan yang meningkat dari waktu ke waktu menjadikan literasi sebagai salah satu acuan dalam melakukan suatu kegiatan. Literasi terkait bisnis digital sangat dibutuhkan untuk membantu para masyarakat dalam mengembangkan usaha tani yang dimilikinya menjadi lebih terarah.

Bisnis digital adalah suatu bisnis yang memanfaatkan suatu kecanggihan dari teknologi era modern dalam proses pengelolaan suatu usaha. Pemasaran hasil usaha tani ataupun produk dari usaha tani dapat dikenal dengan lebih luas dengan bantuan dari pengetahuan yang didapatkan dari kegiatan literasi bisnis digital. Kegiatan jual beli yang dilakukan petani dapat dibantu dengan bisnis yang dilakukan secara digital. Bisnis digital



mengalami perkembangan yang sangat cepat, bisnis digital memanfaatkan kolaborasi antara teknologi, internet, dan ekonomi yang nantinya akan memberikan peluang untuk menambah pendapatan (Muttaqim et al., 2021). Keadaan digital memiliki peranan besar didalam pertumbuhan bisnis (Waqfin el at., 2020).

Pengelolaan 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 (I Made Diarta et al., 2019). Dalam pengelolaan usaha tani sangat dibutuhkan para petani-petani milenial dalam perkembangan kewirausahaan usaha tani (Maryo et al., 2020). Digital marketing atau bisnis digital sudah harus diperkenalkan kepada banyak petani yang ada di Kota Makassar agar produk dari usaha tani dapat dihubungkan secara langsung kepada konsumen maupun masyarakat luas. Bisnis digital merupakan suatu transaksi yang dilakukan melalui media internet. Bisnis digital juga merupakan pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran suatu produk. Bisnis digital dapat membantu perekonomian menjadi lebih kreatif.

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. Tetapi banyak yang belum sepenuhnya menerapkan literasi terkait bisnis digital

dalam usaha yang sedang dikembangkan. Kelompok Wanita Tani Anggrek belum sepenuhnya menerapkan literasi bisnis digital dalam usaha tani yang dijalankan. Kolaborasi antara teknologi dan perkembangan bisnis dapat memberikan banyak hal-hal positif (Fachrurrozie et al., 2021). Bisnis digital sangat membantu dalam aktivitas penjualan berbasis internet ataupun penjualan yang dilakukan secara online (Laluyan et al., 2019). Pengelolaan usaha tani juga harus dibantu dengan teknologi modern yang sudah banyak berkembang pada era saat ini, mulai dari alat pertanian, informasi berbasis digital, sampai kepada bisnis digital. Pengelola usaha tani haruslah memanfaatkan penggunaan media digital dalam pengembangan digital bisnis sebaik-baiknya agar usaha tani yang dikelola semakin dikenal konsumen. Penguatan literasi bisnis digital haruslah dilakukan dengan efektif agar kesempatan dalam mengembangkan bisnis dapat dilakukan secara efisien.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar literasi yang dilakukan para petani dalam hal digital bisnis dalam pengelolaan suatu usaha tani. Adapun manfaat dalam penelitian ini untuk menciptakan suatu pengelolaan usaha yang baik dengan bantuan teknologi yang lebih mengedepankan literasi dan menciptakan suatu kualitas literasi yang baik yang akan membantu pengembangan usaha tani juga menjadikan bisnis usaha tani berbasis digital Kota Makassar semakin maju dan juga semakin produktif kedepannya.

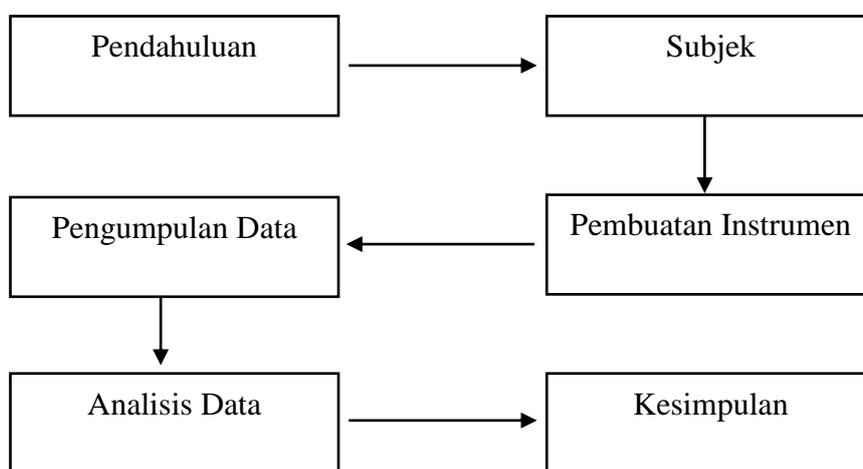
## METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang dilakukan dalam kajian ini adalah penelitian kualitatif. Metode yang



digunakan menggunakan metode deskriptif. Penggunaan metode dalam kajian ini bertujuan untuk mengetahui literasi bisnis digital dalam pengelolaan usaha tani KWT Anggrek. Dalam kajian ini, teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan juga observasi. Dalam kajian ini, peneliti melakukan komunikasi langsung dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan-pertanyaan terbuka kepada 2 informan yaitu ketua KWT Anggrek dan juga Bendahara KWT Anggrek, sehingga nantinya informasi yang didapatkan akan semakin lengkap terkait kajian ini. Teknik

observasi juga dilakukan peneliti dengan cara mengamati secara langsung fenomena-fenomena lapangan terkait dengan kajian ini. Usaha tani ini bertempat di Kelurahan Bara-Baraya, Kota Makassar, Sulawesi Selatan dengan nama KWT Anggrek atau Kelompok Wanita Tani Anggrek. Adapun pertanyaan wawancara yang peneliti lakukan berkaitan dengan hal (1) pengetahuan terkait dengan bisnis digital; (2) pengetahuan terkait pemasaran digital; (3) pengetahuan terkait pengembangan bisnis digital. Adapun prosedur kajian dapat dilihat pada gambar berikut



**Gambar 1.**  
Prosedur dalam Penelitian

Kegiatan pendahuluan yang tertera pada gambar 1 merupakan tahap pertama dalam kajian ini. Penentuan lokasi dalam kajian ini bertempat pada kecamatan bara-baraya, Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek (KWT Anggrek) Kelurahan Bara-Baraya, Kota Makassar. Subjek dalam kajian ini sebanyak 2 orang yaitu Ibu ketua dan Ibu bendahara KWT Anggrek. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada informan dan informan diminta memberikan pendapat terkait dari

pertanyaan peneliti. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling. Teknik ini merupakan penetapan kriteria dalam suatu kajian. Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam kajian ini 1) merupakan anggota KWT Anggrek; (2) bagian dari kelompok tani kota makassar; (3) bertempat tinggal di kota makassar. Informan dapat dilihat dari tabel dibawah ini

**Tabel 1. Informan penelitian**

Informan	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Usaha
Jm	Perempuan	56 tahun	SMA	Sampingan
Sh	Perempuan	58 tahun	SMA	Sampingan

Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Instrumen penelitian diolah sebelum peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian. Informan diberikan beberapa pertanyaan dari 3 indikator. 2 informan tersebut akan mewakili beberapa anggota KWT Anggrek dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut terkait tentang pengetahuan dibidang bisnis digital, pemasaran digital, dan pengembangan bisnis digital. Wawancara dilakukan dalam pengumpulan data di lapangan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada peningkatan literasi bisnis digital dalam pengelolaan usaha tani di kota makassar dimana usaha tani dalam kajian ini adalah anggota dari Kelompok Wanita Tani Anggrek atau KWT Anggrek berlokasi pada kecamatan Bara-Baraya, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini juga dilakukan dengan tujuan menggali informasi terkait pengetahuan tentang bisnis digital baik pemasaran berbasis digital maupun pengembangan bisnis berbasis digitalisasi yang diketahui oleh anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk memperoleh dan juga mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dari para informan yaitu Ibu ketua Kelompok Wanita Tani Anggrek dan Ibu bendahara kelompok Wanita Tani Anggrek. Penetapan informan berdasarkan kriteria

yang telah ditetapkan sebelumnya dan informan yang di wawancarai sesuai dengan kriteria tersebut.

Pertanyaan wawancara yang peneliti ajukan berkaitan dengan hal (1) pengetahuan terkait dengan bisnis digital; (2) pengetahuan terkait pemasaran digital; (3) pengetahuan terkait pengembangan bisnis digital. Indikator-indikator yang peneliti ajukan bertujuan untuk menggali informasi terkait peningkatan literasi dalam hal bisnis digital. Adapun hasil wawancara dapat dilihat dari Lampiran.

Kelompok Wanita Tani Anggrek bergerak pada daerah perkotaan tepatnya kota Makassar. Kelompok KWT Anggrek pada awalnya sebelum menjadi suatu organisasi dibentuk hanya sekedar menyalurkan hobi menanam. Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 21 Mei 2022 bersama dengan Ibu ketua dan Ibu bendahara anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek. Informan pada saat wawancara sudah memberikan respon yang sangat baik dan jawaban-jawaban dari informan tersebut sudah sangat mendukung selama kegiatan wawancara. Informan dari Kelompok Wanita Tani Anggrek sangat antusias dan sangat tertarik dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang peneliti berikan. Rasa antusias yang informan berikan dapat dilihat dari cara informan saat menjelaskan dan menjawab pertanyaan seputar dari literasi bisnis digital baik dari segi pengetahuan bisnis digital, pemasaran



melibatkan digital, sampai pada pengembangan dari bisnis digital itu sendiri. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan mengacu kepada literasi bisnis digital itu sendiri dan disini informan sedikit banyaknya sudah mengimple-mentasikan bagaimana peningkatan bisnis digital tersebut.

Literasi bisnis digital tidak diketahui secara langsung oleh informan. Bisnis digital mulai diperkenalkan melalui sosialisasi-sosialisasi yang dilakukan dari pihak luar seperti Grab yang menerima tawaran untuk berkolaborasi bersama dengan Kelompok Wanita Tani Anggrek. Seperti yang dapat dilihat di indikator yang pertama terkait pengetahuan tentang bisnis digital. Pihak Grab melakukan sosialisasi dan berkolaborasi bagaimana bisa membangun bisnis secara online yang pada akhirnya dapat dikenal oleh khalayak ramai. Kreativitas pada dunia informasi dan teknologi sudah memberikan peluang usaha yang begitu besar seperti sarana prasarana terkait dengan internet yang dapat dikenal semua orang pada daerah perkotaan (Yulida et al., 2020). Banyak perusahaan-perusahaan melakukan kerjasama terhadap beberapa bisnis online shopping termasuk Grab (Situmeang, 2018).

Bisnis digital sudah memberikan peluang yang cukup besar dalam kelancaran pemasaran hasil usaha tani Kelompok Wanita Tani Anggrek. Program aplikasi Grab membantu bisnis usaha tani dan sudah memberikan kesempatan dalam pemasaran secara online seperti yang tertera di indikator kedua tentang pengetahuan terkait bisnis digital. Pengetahuan tentang bisnis digital sudah cukup di implementasikan dan dapat dilihat pada Tabel 1. Bahwa Kelompok Wanita Tani Anggrek sudah dengan baik

memanfaatkan kesempatan dalam melakukan bisnis digital. Literasi bisnis digital dapat mempengaruhi cara berpikir bagaimana mengembangkan strategi bisnis secara online dan manajemen bisnis yang lebih berkembang dibandingkan pada bisnis yang hanya diketahui oleh beberapa orang saja.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu ketua dan Ibu bendahara Kelompok Wanita Tani Anggrek pada indikator ketiga terkait pengetahuan tentang pengembangan bisnis digital, sebelumnya informan tidak mengetahui terkait pengembangan bisnis digital itu sendiri. Setelah usaha tani dibantu dengan bantuan Grab, banyak pengetahuan dan pengalaman baru yang informan dapatkan. Keberhasilan suatu sistem digital dalam pertanian diketahui seberapa besar peran teknologi komunikasi yang berkontribusi (Kilmanun et al., 2018). Pemasaran secara digital dapat meningkatkan efektifitas dalam pengelolaan bisnis yang dijalankan dan proses pemasaran dapat dikatakan lebih efisien. Era globalisasi pada saat ini sangat menunjang digital marketing digunakan dalam perdagangan dalam pemasaran produk. Aplikasi Grab juga menjadi pusat perhatian dalam dunia bisnis online dikarenakan kemudahan yang diberikan dalam pelayanannya (Haq et al., 2020).

Dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa pemanfaatan media sosial sudah dilakukan dengan baik oleh anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek. Dari pemanfaatan media sosial tersebut hasil usaha sudah dapat dikenal secara luas dan hal tersebut sangat memberikan keuntungan dalam hal meningkatkan penjualan. Indikator-indikator diatas merujuk kepada sejauh mana literasi digital bisnis dikembangkan oleh anggota

kelompok wanita tani Anggrek. Secara etimologi literasi dapat dikatakan bahwa seseorang yang sedang mengikuti pembelajaran atau seseorang ingin belajar. Literasi bisnis merupakan kemampuan dari diri seseorang bagaimana memulai pengetahuan dari bisnis, manajemen yang dapat diterapkan dalam keseharian. Sedangkan literasi digital merujuk pada kemampuan seseorang dalam memahami informasi menggunakan bantuan teknologi (Winarsih et al., 2018).

#### ***Peningkatan literasi bisnis digital,***

Literasi bisnis digital memanfaatkan penggunaan media digital untuk bahan referensi dalam penemuan-penemuan ide-ide usaha yang baru. Era teknologi yang sangat canggih menjadikan tidak membatasi ruang juga waktu seseorang dalam menemukan suatu gagasan untuk memulai suatu usaha (Hasan et al., 2021). Maka dari itu, literasi tentang bisnis digital haruslah dipahami. Literasi bisnis digital haruslah dikembangkan karena pada zaman milenial sekarang ini media digital berkontribusi dengan dunia bisnis didalam kehidupan sehari-hari. Bisnis digital membantu pemasaran usaha dengan bantuan sistem digital. Teori literasi yang dikemukakan oleh Romdhoni mengemukakan bahwa literasi adalah suatu peristiwa sosial yang di dalamnya melibatkan suatu keterampilan tertentu yang diperlukan dalam penyampaian juga untuk mendapatkan informasi dalam bentuk tulisan. Literasi bisnis digital dapat juga dipahami sebagai kemampuan suatu individu dalam mengkolaborasikan antara bisnis dalam penggunaan suatu teknologi digital yang dapat dilihat dari segi kolaborasi dan pencarian suatu informasi. Literasi bisnis digital tidak hanya mengarah kepada individu-individu yang memanfaatkan dunia teknologi era modern

tetapi haruslah diikuti dengan penerapan kegiatan bisnis yang dibantu dengan perkembangan teknologi. Literasi bisnis digital diketahui sangatlah membantu individu dalam dunia usaha karena individu akan semakin mudah dalam mengambil suatu keputusan-keputusan yang berkaitan dengan digitalisasi yang diterapkan dalam dunia usaha.

Literasi bisnis digital sudah lama dikembangkan tetapi tidak banyak orang mengetahui. Pengimplementasian literasi bisnis digital hanya dilakukan oleh orang-orang tertentu. Tidak banyak orang mengimplementasikan bisnis digital secara langsung dalam usahanya tetapi pengimplementasian bisnis digital diketahui melalui kegiatan webinar atau dalam kegiatan pelatihan seperti literasi dalam penelitian terdahulu yang dilakukan sebelumnya oleh Veranita et al (2021). Bisnis digital dalam usaha tani dapat dipahami sebagai pengimplementasian teknologi dalam dunia usaha agribisnis. Literasi bisnis digital dalam pengelolaan usaha tani mengarah kepada pengetahuan tentang bisnis digital dan cara mengkolaborasikan antara digitalisasi dan usaha tani agar usaha tani dapat dikenal oleh masyarakat secara luas dan produk yang dihasilkan akan diketahui oleh lebih banyak orang.

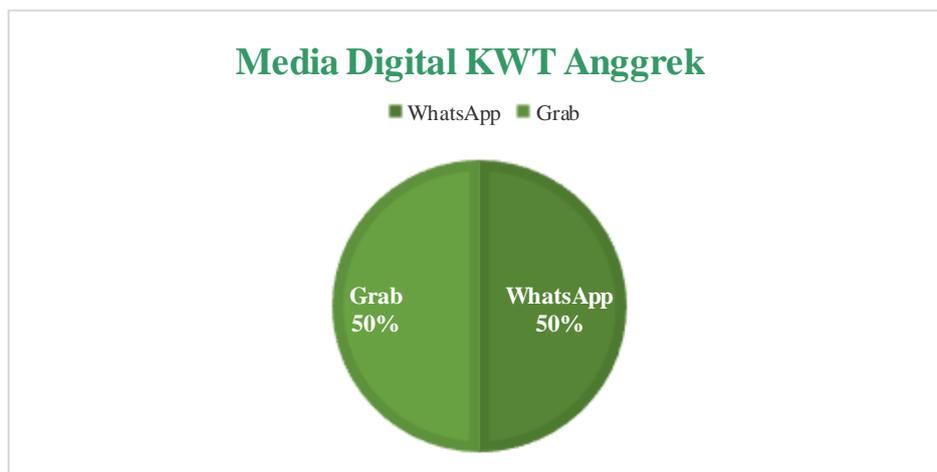
Dari kegiatan wawancara yang telah dilakukan bersama Ibu ketua dan Ibu bendahara Kelompok Wanita Tani Anggrek, peneliti melakukan wawancara secara langsung dan dapat diketahui bahwa anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek tidak memahami secara langsung terkait dari literasi bisnis digital. Kelompok Wanita Tani Anggrek mengetahui bisnis digital melalui sosialisasi yang dilakukan Grab dan pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh penyuluh. Bisnis digital



tidak dilakukan secara langsung oleh Kelompok Wanita Anggrek tetapi dibantu oleh pihak lain dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Hal ini dapat dilihat dari indikator pertama terkait pengetahuan tentang bisnis digital.

Dari wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa Kelompok Wanita Tani Anggrek walaupun belum sepenuhnya mengetahui terkait dalam menggabungkan modernisasi teknologi (Kustiani et al., 2020). Kolaborasi antara aplikasi Grab dan juga Aplikasi sosial media seperti WhatsApp sudah cukup membantu dan mendukung hasil usaha tani Kelompok Wanita Tani Anggrek. Dalam indikator kedua terkait pemasaran digital, Kelompok Wanita Tani Anggrek tidak

pernah terpikirkan sebelumnya bahwa usaha yang mereka kelola akan dikenal dengan cukup luas baik masyarakat sekitar dan pemerintah. Dari wawancara yang telah dilakukan banyak juga keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan pemasaran melalui bantuan media digital. Sistem pemasaran yang dilakukan Kelompok Wanita Tani Anggrek berbasis digital melalui bantuan dari Grab dan juga WhatsApp. Kelompok Wanita Tani Anggrek menggunakan aplikasi sosial media berupa WhatsApp dalam memasarkan hasil tani dan juga menggunakan aplikasi grab dalam membantu pemasaran. Dapat dilihat berdasarkan diagram dibawah ini



**Gambar 2.**  
Media Digital Kelompok Wanita Tani Anggrek  
Sumber: Hasil Olah Data (2022)

Dari hasil wawancara terkait indikator terakhir tentang pengembangan bisnis digital, Dari hasil wawancara terkait indikator terakhir tentang pengembangan bisnis digital, anggota Kelompok Wanita Tani Anggrek pada awalnya memilih melakukan pemasaran secara *face to face* tetapi Kelompok Wanita Tani Anggrek merasakan bahwa hasil usaha tani yang mereka telah kelola hanya dikenal oleh

masyarakat sekitar, belum dikenal secara luas. Atas dasar inilah, peneliti melihat bahwa sebelum sistem digital bisnis diterapkan secara langsung, Kelompok Wanita Tani Anggrek belum sepenuhnya mengerti bagaimana penerapan literasi bisnis digital atau kolaborasi antara bisnis dalam sistem digital atau pemasaran melalui media sosial. Tetapi, pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh penyuluh

dan bantuan-bantuan dari pihak pemerintah maupun Grab sudah sangat membantu dan sedikit demi sedikit Kelompok Wanita Tani Anggrek pada akhirnya mulai paham penerapan terkait literasi bisnis digital. Dalam penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Ratna (2019) banyak individu yang belum menerapkan bisnis yang dibantu oleh teknologi secara langsung, akan tetapi secara perlahan penerapan *digital marketing* mendapatkan bantuan dari pihak-pihak lain.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, peneliti menarik

kesimpulan dalam temuan penelitian ini bahwa literasi bisnis digital perlu lebih lagi ditumbuhkan secara mandiri oleh Kelompok Wanita Tani Anggrek dikarenakan penerapan literasi bisnis digital hanya dibantu oleh pelatihan dan bantuan dari pihak Grab juga pemerintah. Literasi bisnis digital haruslah dilakukan secara maksimal agar usaha tani yang dikelola dapat dikenal lebih luas lagi. Adapun hal terkait literasi bisnis digital yang dapat dikembangkan Kelompok Wanita Tani Anggrek dapat dilihat dari tabel dibawah

**Tabel 2. Pengembangan Literasi Bisnis Digital**

<b>Pengembangan Literasi Bisnis Digital Kelompok Wanita Tani Anggrek</b>		
Melakukan pertemuan dan diskusi terkait digital bisnis dan mengimplementasikan dengan membuat konten-konten digital terkait pemasaran hasil usaha tani	Melakukan sosialisasi terkait peningkatan usaha tani berbasis digital yang dibantu dalam aplikasi resmi	Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan literasi yang dikolaborasikan dengan pengadaan teknologi

**Sumber: Hasil Olah Data (2022)**

## PENUTUP

Pertanian perkotaan adalah suatu istilah dalam suatu kegiatan dalam penanaman, pertumbuhan, distribusi pangan yang dilakukan melalui budidaya-budidaya tanaman di daerah perkotaan. Era digital pada zaman modern seperti sekarang sudah sangat berkembang dan berkolaborasi dengan sistem pemasaran. Perkembangan teknologi komunikasi dalam dunia bisnis sangat diperlukan untuk meningkatkan produktivitas, kemudahan dalam memasarkan bisnis, juga meningkatkan suatu kreativitas kelompok kerja. Literasi bisnis digital dapat diartikan sebagai pengaplikasian sistem pemasaran yang dibantu dengan bantuan teknologi. Pemasaran hasil usaha

tani Kelompok Wanita Anggrek dibantu melalui media sosial seperti WhatsApp dan juga Grab. Literasi bisnis digital Kelompok Wanita Anggrek tidak diketahui secara langsung tetapi dibantu dari pihak-pihak lain seperti halnya penyuluh dan juga pemerintah. Dalam hal literasi, dapat dilihat sebenarnya Kelompok Wanita Tani Anggrek menerapkan dengan cukup baik, hanya saja harus dilakukan dengan lebih maksimal agar usaha tani dapat dikenal lebih luas lagi

## DAFTAR PUSTAKA

Anindia Putra, I. N. T., Kartini, K. S., & Dewi, L. G. K. (2019). Sentuhan Digital Bisnis (Teknologi Informasi) pada UMKM Studi Kasus : Pemasaran Produk Adi Upakara.



- Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan, 10(1), 52.
- Kabupaten Tabanan. Jurnal Bakti Saraswati, 08(01), 27–34.
- Dewi, I. A. L., & Ustriyana, I. N. G. (2018). Kelayakan Finansial Usahatani Buah Naga Di Daerah Perkotaan Sebagai Alternatif Tambahan Pendapatan Petani. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 7(1), 172.
- Fachrurrozie, Mukhibad, H., Nurkhin, A., Hobar, A., & Sari, P. N. (2021). Peningkatan Literasi Bisnis Digital dan Literasi Keuangan. *Jurnal Implementasi*, 1(1), 41–47.
- Fauzi, A. R., Ichniarsyah, A. N., Agustin, H., Agroekoteknologi, P. S., Trilogi, U., & Selatan, J. (2016). Pertanian Perkotaan: Urgensi, Peranan, Dan Praktik Terbaik. *Jurnal Agroteknologi*, 10(01), 49–62.
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283.
- Hasan, M., Santoso, I. R., Syahfitri, D. A., Amalia. (2021). Literasi Kewirausahaan dan Literasi Bisnis Digital Pada Generasi Milenial Pelaku Usaha: Perspektif Kirzerian Entrepreneur. *Journal of Business*, 6(1), 28–39.
- Haq, A. A. F., & Ilyan Sandrian Kusananto, D. F. (2020). Pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi grab (grabfood). *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–9.
- I Made Diarta, I Made Tamba, N. P. N. S. (2019). Penguatan Literasi Petani Terhadap Pengembangan Usaha Tani Padi Berbasis Organik Di Subak Meliling, Kecamatan Kerambitan,
- Khoiroh, S. M., Mundari, S., Sofianto, R., & Septiana, A. (2019). Pengaruh Digital Marketing, Profitability, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Lat (Lobster Air Tawar) Di Indonesia. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 3(2), 71.
- Kilmanun, J. C., Serom, D., Pengkajian, B., Pertanian, T., & Barat, K. (2018). Peran Media Komunikasi Dalam Transfer Teknologi Mendukung Pengembangan Taman Agroinovasi Di Kalimantan Barat the Role of Communication Media in Technology Transfer To Support the Development of Agroinnovation Garden in West Kalimantan. *Jurnal Pertanian Agros*, 20(2), 134–139.
- Kustiani, I., Irianti, L., Purba, A., & Siregar, A. M. (2020). Pemberdayaan kelompok tani kampung agrowidya wisata sinar harapan melalui pelatihan teknologi vertiminaponik pendukung pertanian perkotaan. *Riau Journal of Empowerment*, 1(1), 10.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Amanda Setiorini*, 7(3), 1–13.
- Maryo Lussy Grace Sumangkut, Jolanda Kitsia Juliana Kalangi, W. T. (2020). Kajian Pengelolaan Bisnis Usahatani Terpadu Di Jalan Boulevard Tondano. *Jurnal Nasional Sinta 5*, 16(2), 301–312.
- Muttaqim, Z., Ningsih, F. A., & Sholihuddin, M. (2021). Penguatan Ekonomi Rumah Tangga dengan



- Literasi Bisnis Digital pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Kendung dan Medokan Ayu – Kota Surabaya. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(2), 35.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- Situmeang, R. R. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *Ajie*, 03(3), 319–335.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102.
- Utami, D. P. (2020). Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. Seminar Nasional Karya Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Mataram, 25–32.
- Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., Susilowati, R., Fatihah, D. C., & Warsiati, W. (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 4(2), 159–168.
- Waqfin, M. S. I., Fanani, M. R., & Luyunah, L. (2020). Potensi Herbarium untuk Meningkatkan Kreativitas dan Peluang Bisnis Melalui Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36–42.
- Wibowo, A., & Basri, B. (2020). Literasi dan Harmonisasi Sosial: Desain Literasi Digital Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Pedesaan. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 4(2), 106–121.
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 127–134.
- Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). Literasi Teknologi Dan Literasi Digital Untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha Bagi Kelompok Pemuda Di Kota Madiun. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1), 23–29.
- Yulida, R., Rosnita, R., Kurnia, D., Andriani, Y., & Restuhadi, F. (2020). Pelatihan Penggunaan Website Untuk Meningkatkan Literasi Media Petani Kelapa Sawit Di Desa Kiap Jaya Kecamatan Bandar Sei Kijang Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 306–3163.



## Lampiran Ringkasan Hasil Wawancara

Pertanyaan	Jawaban Informan
Bisakah anda menjelaskan terkait bagaimana usaha tani ini dapat berkembang hingga pada saat ini?	Usaha tani ini dimulai dari sekedar hobi bercocok tanam secara kecil-kecilan bersama teman dan akhirnya kegiatan kami menarik perhatian pemerintah dan terbentuklah KWT Anggrek. Tempat ini sebelumnya masih berbentuk hutan atau tanah yang tidak dipakai sebagai tempat penyimpanan barang-barang tidak terpakai dan akhirnya dikelola. KWT Anggrek ini sudah berjalan cukup lama sekitar 3 tahun. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
	Usaha tani ini dimulai dari lahan kosong dan kami mulai mempunyai hobi tanam menanam, mengajak masyarakat swadaya, mengatur tanaman dan terbentuklah lorong wisata dan terbentuklah kelompok (KWT) Anggrek. KWT Anggrek dibentuk melibatkan warga sekitar dan masyarakat. KWT Anggrek ini khusus hanya untuk wilayah ini (RW 03). (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah anda pernah membaca atau mendengar istilah bisnis yang dilakukan secara online (berbasis internet)?	Ya, kami mendengar istilah bisnis secara online melalui pemerintah. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022). Ya, saya mendengar bisnis secara online itu dari bantuan pemerintah. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah sebelumnya anda pernah mendengar tentang usaha tani berbasis digital (berbasis internet atau sosial media)?	Usaha tani berbasis digital pertama kali diperkenalkan melalui sosialisasi. Kami mengundang pihak-pihak online bukan hanya Grab dan tawaran kami diterima dengan baik oleh Grab dan pihak Grab turun ke lapangan melakukan sosialisasi langsung bagaimana tata cara dalam membangun bisnis berbasis online. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022). Saya mendengar bisnis secara online itu dari bantuan pemerintah. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah menurut anda, usaha tani yang anda jalankan hingga pada saat ini hanya berkembang hanya pada satu tempat atau sudah dikenal luas?	Usaha kami sudah dikenal luas. Seperti pemerintah yang berkontribusi terhadap usaha kami. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022). Usaha tani yang kami jalankan ini sudah sangat dikenal secara luas. Dinas ketahanan pangan, pemerintah sudah mengunjungi KWT Anggrek ini. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah pengelolaan usaha tani yang anda jalankan dibantu dengan pengetahuan yang anda dapatkan selama sekolah saja	Pengelolaan usaha tani kami dibantu dengan pelatihan. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022). Kami anggota KWT Anggrek ini mengikuti pelatihan



---

ataukah anda pernah mengikuti pelatihan?	dengan bapak penyuluh, jadwal pelatihan kami dilakukan setiap bulan bersama bapak penyuluh. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah anda pernah mempunyai ide untuk mengembangkan usaha tani yang anda kelola menjadi lebih luas?	Sebelumnya tidak pernah terpikir untuk kami bahwa usaha tani yang kami kelola akan dikenal sangat luas. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).  Sebelumnya, kami belum terpikirkan mengembangkan usaha kami secara luas. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Dalam era modern seperti ini, apakah anda mengelola usaha tani dengan memanfaatkan teknologi?	Ya, kami menggunakan sistem bercocok tanam irigasi kapiler dalam hal menyiram tanaman. Dulunya kami menyiram langsung tanaman di polybag sekarang menggunakan sistem irigasi kapiler, dimana dibawah polybag ada sumbu yang menyerap air langsung ke tanaman. Air tersebut kami pantau lewat pipa. Ketika air pada pipa tersebut sudah habis, kami isi kembali melalui pipa dalam jangka waktu 4-5 hari. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).  Teknologi dalam usaha tani ini menggunakan penyiraman dengan sistem irigasi kapiler. Bukan penyiraman secara langsung. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah anda pernah melakukan pemasaran hasil usaha tani anda melalui media digital?	Kami memasarkan melalui bantuan dari Grab maupun melalui aplikasi whatsapp. Dan kami mulai tertarik ketika dari pihak Grab ingin berkolaborasi bersama dan kami sudah memasarkan tanaman melalui media digital seperti dibantu melalui aplikasi whatsapp dan melalui Grab. keuntungan dari bisnis digital yang sudah kami dapatkan melalui pemasaran media digital seperti KWT Anggrek dapat dikenal lebih luas lagi. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).  Sebelumnya, kami belum terpikirkan mengembangkan usaha kami secara luas. Kami melakukan pemasaran melalui media digital. Pemasaran melalui whatsapp dan dengan bantuan Grab dan kami tertarik. Pemerintah memberikan kami kesempatan memasarkan usaha tani kami secara online. Dan usaha kami pada akhirnya lumayan dikenal secara luas. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah ada hal yang menjadi kendala atau tantangan selama anda mengelola usaha tani?	Kendala yang saya rasakan lebih mengarah kepada musim. Biasanya kalau panas tanaman akan menjadi layu. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).  Kendala yang kami rasakan itu mengarah kepada kekompakan dan kerja sama. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).
Apakah anda tertarik jika diberikan kesempatan untuk	Ya, kami tertarik dan kami sudah memasarkan tanaman melalui media digital seperti dibantu melalui aplikasi

---



---

memasarkan usaha tani yang anda kelola berbasis digital (online)?

whatsapp dan melalui Grab. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

Ya, kami tertarik. Dan pemerintah memberikan kami kesempatan memasarkan usaha tani kami secara online. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

---

Apakah ada keuntungan dari usaha tani yang anda kelola melalui media digital?

Banyak keuntungan yang sudah kami dapatkan melalui pemasaran media digital. Seperti KWT Anggrek dapat dikenal lebih luas lagi. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

Ya, usaha tani kami dapat dikenal luas. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

---

Apakah anda pernah mengetahui sebelumnya bahwa pengembangan usaha tani yang dibantu secara online dapat memperoleh banyak keuntungan?

Sebelum diperkenalkan oleh pemerintah, saya belum mengetahui tentang bisnis secara online. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

Mengembangkan usaha tani secara online belum pernah terpikirkan oleh kami sebelumnya. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

---

Apakah anda tertarik mengembangkan usaha tani yang anda kelola melalui bantuan digital?

Setelah diperkenalkan oleh pemerintah, saya sangat tertarik dengan pengelolaan bisnis usaha tani dengan bantuan digital. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

Pemerintah memperkenalkan usaha dengan bantuan digital sangat memotivasi dan membuat kami tertarik. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

---

Apakah anda mendapatkan manfaat dari pengembangan dari hasil usaha tani yang dilakukan secara online?

Ya, banyak manfaat yang saya terima. Salah satunya dapat memperoleh pengetahuan baru. Saya juga merasakan bantuan dari Grab dapat meningkatkan penjualan. (Jumriati, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

Banyak manfaat yang kami dapatkan seperti usaha tani kami dapat dikenal secara luas dan lebih efektif. (Suharsiam, Wawancara tanggal 21 Mei 2022).

---

Sumber : Hasil Olah Data (2022)