



Peningkatan Pendapatan Melalui Teknologi Pengolahan Selada pada Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi, Kota Malang

Lia Rohmatul Maula¹, Titis Surya Maha Rianti²

Kata Kunci:

Urban Farming;
Teknologi;
Pengolahan Selada.

Keywords:

Urban Farming;
Technology;
Lettuce processing;

Correspondensi Author

Agribisnis, Universitas Islam
Malang
Jl. MT. Haryono No.193 Malang
Email: liarohmatul@unisma.ac.id

History Artikel

Received: 11-10-2025;
Reviewed: 24-11-2025
Revised: 30-11-2025
Accepted: 30-11-2025
Published: 30-11-25

ABSTRAK

Urban Farming di Tunjungsekar telah berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kemandirian pangan dan potensi ekonomi dari pertanian perkotaan. Selain itu Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi telah berhasil mengembangkan budidaya tanaman selada secara hidroponik dan vertikultur. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim Pelaksana diarahkan untuk memberikan solusi alternatif terhadap beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra kelompok *Urban Farming*. Upaya yang dilakukan, bagaimana agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan usaha sejenis yang sudah terlebih dahulu berdiri dan berkembang, sehingga mampu pula meningkatkan produksi yang sehat dan kualitas, serta meningkatkan pendapatan Mitra. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan teknologi pengolahan pasca panen dan memberikan pelatihan kepada anggota Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi agar dapat menghasilkan produk inovatif yang bernilai ekonomi tinggi. Hasil dari pengabdian ini yaitu Adanya desain cap/merk dagang. Hal ini diperlukan supaya produk memiliki identitas yang jelas dan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang teknologi pengolahan sayur. Sehingga produk yang tidak terserap dipasar dapat diolah menjadi produk turunan lainnya yang dapat memberikan nilai tambah dan peningkatan pendapatan bagi kelompok *Urban Farming* kebun semi. Memberikan pelatihan dan pendampingan terkait manajemen pemasaran serta pelatihan digital marketing. Supaya produk dapat dipasarkan lebih luas dan memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

ABSTRACT

Urban Farming in Tunjungsekar has grown in tandem with increasing public awareness of the importance of food independence and the economic potential of Urban Farming. Furthermore, the Kebun Semi Urban Farming Group has successfully developed hydroponic and vertical lettuce cultivation. The community service activities carried out by the Implementation Team are aimed at providing alternative

solutions to several problems faced by Urban Farming group partners. Efforts are made to develop and be able to compete with similar businesses that have already been established and developed, thereby also being able to increase healthy production and quality, and increase partner income. This community service program aims to introduce post-harvest processing technology and provide training to members of the Kebun Semi Urban Farming Group so they can produce innovative products with high economic value. The result of this service is the existence of a stamp/trademark design. This is necessary so that the product has a clear identity and can be recognized by the wider community. Providing training and mentoring on vegetable processing technology. So that products that are not absorbed in the market can be processed into other derivative products that can provide added value and increase income for the Kebun Semi Urban Farming group. Providing training and mentoring related to marketing management and digital marketing training. So that products can be marketed more widely and make it easier for consumers to make purchases online.

PENDAHULUAN

Tunjungsekar adalah salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Sebagai wilayah perkotaan yang mengalami perkembangan pesat, Tunjungsekar dihadapkan pada tantangan keterbatasan lahan terbuka hijau dan tekanan urbanisasi. Namun, masyarakat di wilayah ini memiliki inisiatif untuk memanfaatkan lahan sempit yang tersisa untuk kegiatan *Urban Farming*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi kebutuhan pangan lokal, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lingkungan yang lebih hijau (Fajaroh, *et al* 2024). Aktivitas ini sejalan dengan prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tanpa kelaparan (SDG 2), pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8), serta kota dan komunitas berkelanjutan (SDG 11) yang mendorong terciptanya ketahanan pangan, inklusivitas ekonomi, dan kota yang berkelanjutan.

Urban Farming menjadi salah satu solusi strategis untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat perkotaan sekaligus memberikan peluang ekonomi tambahan. *Urban Farming* di Tunjungsekar telah berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kemandirian pangan dan potensi ekonomi dari pertanian perkotaan. Inisiatif ini didukung oleh berbagai komunitas lokal, pemerintah setempat, serta lembaga pendidikan yang memberikan pelatihan dan

pendampingan kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *Urban Farming* mampu meningkatkan ketersediaan pangan, memperkuat solidaritas sosial, dan memberikan lapangan kerja informal di wilayah perkotaan (Gede *et al.*, 2023).

Selain itu Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi telah berhasil mengembangkan budidaya tanaman selada secara hidroponik dan vertikultur (Rahmawati *et al.*, 2024). Namun, saat ini aktivitas mereka terbatas pada produksi tanaman selada segar tanpa pengolahan pasca panen. Kondisi ini menyebabkan pendapatan kelompok masih bergantung pada fluktuasi harga pasar sayuran segar. Sehingga perlu penanganan pasca panen melalui pengolahan produk (Zain, 2025).

Pengolahan pasca panen dapat meningkatkan nilai tambah produk selada, seperti menjadi salad siap saji, jus, Ice Cream, mie atau produk berbasis selada lainnya (Utami, dan Wiguna, 2022). Dengan mengintegrasikan teknologi pengolahan sederhana yang tepat guna, kelompok ini berpotensi meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar bagi kelompok *Urban Farming*. Upaya ini juga mendukung konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (SDG 12) melalui praktik produksi berkelanjutan dan pengurangan potensi kehilangan hasil panen.

Rencana usulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan oleh

Tim Pelaksana diarahkan untuk memberikan solusi alternatif terhadap beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra kelompok *Urban Farming*. Upaya yang dilakukan, bagaimana agar dapat berkembang dan mampu bersaing dengan usaha sejenis yang sudah terlebih dahulu berdiri dan berkembang, sehingga mampu pula meningkatkan produksi yang sehat dan kualitas, serta meningkatkan pendapatan Mitra.

Usahatani yang dilakukan oleh kelompok *Urban Farming* saat ini adalah hidroponik dan vertikultur. Kegiatan ini dilakukan oleh kelompok *Urban Farming* dengan memanfaatkan lahan di sekitar balai RW serta di pekarangan rumah masing-masing anggota. Proses penanaman tergolong rutin, hanya saja proses pasca panen sayur masih sebatas dijual dalam bentuk segar dan belum maksimal. Minimnya inovasi pasca panen menyebabkan risiko kerusakan produk yang lebih tinggi, sementara nilai jualnya tetap rendah (Ihsan & Derosya, 2024).

Potensi dan peluang usahatani dan pengolahan pasca panen pada kelompok *Urban Farming* kebun semi sangat prospektif. Sayur segar bahkan sayur yang diolah menjadi berbagai produk pun memberikan prospek yang menjanjikan bagi perkembangan usaha kelompok *Urban Farming*. Sehingga mampu meningkatkan pendapatan kelompok terutama jika sayur diolah menjadi makanan ataupun minuman (Abraham *et al.*, 2021). Hal ini ditunjukkan dengan kebutuhan masyarakat terhadap sayur yang terus meningkat setiap hari, baik untuk konsumsi rumah tangga, rumah makan, maupun hotel. Selain itu, sifat sayuran yang mudah rusak juga memerlukan penanganan dan pengolahan pasca panen yang tepat untuk memperpanjang masa simpan dan meningkatkan nilai ekonominya (Ihsan, T., dan Derosya, 2024).

Berdasarkan hasil survei, kelompok *Urban Farming* kebun semi memiliki jiwa bisnis yang dapat dikembangkan lebih lanjut, terutama dalam pengolahan sayur pasca panen. Selain itu kegiatan ini merupakan kegiatan guyup rukun yang dapat meningkatkan pendapatan bagi anggota kelompok. Oleh karena itu, melalui berbagai pengarahan dan pendampingan terhadap teknologi pengolahan sayur pasca panen yang baik, diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk dan bersifat berkelanjutan. Kegiatan ini juga berkontribusi terhadap pemberdayaan sosial ekonomi masyarakat yang selaras dengan SDG 1 (tanpa

kemiskinan) melalui penguatan kapasitas kelompok masyarakat untuk meningkatkan pendapatan secara mandiri.

Berdasarkan analisis situasi diatas, tim melihat bahwa mitra Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi belum maksimal dalam memproduksi sayur ataupun hortikultura, kualitas dan kuantitas produk belum optimal, penanganan pasca panen belum efisien, dan bahkan belum ada inovasi pengolahan pasca panen. Selain itu, aspek manajemen mitra masih cukup sederhana dan konvensional, sehingga perlu penguatan dalam manajemen usaha serta penerapan teknologi pengolahan pasca panen yang tepat. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan teknologi pengolahan pasca panen dan memberikan pelatihan kepada anggota kelompok agar mampu menghasilkan produk inovatif yang bernilai ekonomi tinggi.

METODE

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif dan interaktif (Khasanah, U., *et al.* 2024). Pelaksanaan pengabdian dilakukan pada tanggal 01 Juni 2025 di Balai RW 03 Kelurahan Tunjungsekar, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Sasaran kegiatan adalah Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi dengan jumlah peserta sebanyak 18 orang. Pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa tahapan yaitu koordinasi awal, pelatihan, uji coba teknologi pasca panen, pendampingan teknis, dan evaluasi.

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan koordinasi dan diskusi dengan mitra untuk menyamakan persepsi dan merumuskan langkah-langkah implementasi program yang sesuai dengan kebutuhan kelompok. Selanjutnya, dilakukan kegiatan desain cap atau merek dagang sebagai identitas produk sayur hasil *Urban Farming*, disertai perencanaan penggunaan alat dan teknologi pasca panen untuk kegiatan pengolahan sayur. Pelatihan yang diberikan mencakup materi desain dan kemasan produk, teknik pengolahan sayur menjadi berbagai bentuk olahan bernilai tambah, serta manajemen pemasaran termasuk pemanfaatan teknologi informasi dan digital marketing untuk pemasaran produk sayur segar maupun produk olahan.

Untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, kegiatan ini juga dilengkapi dengan *pre-test* dan *post-test* menggunakan instrumen kuesioner terstruktur

dengan indicator berupa skala likert. Kuesioner pre-test diberikan sebelum pelatihan untuk memperoleh gambaran awal tingkat pengetahuan peserta mengenai pasca panen, pengolahan sayur, desain kemasan, dan pemasaran produk. Setelah seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan selesai, peserta kembali mengisi kuesioner post-test untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan pemahaman setelah pelatihan. Data hasil kuesioner tersebut dianalisis menggunakan **statistik deskriptif**, berupa nilai rata-rata, persentase, dan distribusi jawaban untuk menggambarkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta secara kuantitatif. Analisis ini dilakukan menggunakan perangkat pengolah data sederhana seperti Microsoft Excel sehingga hasil evaluasi dapat disajikan dalam bentuk grafik dan tabel secara lebih informatif.

Partisipasi mitra sangat penting dalam keseluruhan proses kegiatan. Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi tidak hanya terlibat dalam diskusi dan identifikasi permasalahan terkait penanganan pasca panen dan manajemen pemasaran, tetapi juga berkontribusi dalam penyediaan sarana dan prasarana serta mengikuti seluruh kegiatan pelatihan dan uji coba teknologi. Melalui pendekatan partisipatif tersebut, diharapkan transfer pengetahuan dapat berlangsung dua arah, dan mitra mampu menerapkan teknologi pasca panen secara mandiri dan berkelanjutan. Pendampingan yang dilakukan bersifat aplikatif sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan penggunaan alat, melakukan pengolahan sayur, merancang kemasan dan merek, serta memahami strategi pemasaran. Dengan demikian, metode pelaksanaan pengabdian ini dirancang untuk memastikan peningkatan kapasitas mitra yang terukur, relevan, dan memiliki dampak langsung terhadap peningkatan nilai tambah produk *Urban Farming*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan pengabdian, tim membuat *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui dampak atau manfaat dari kegiatan

Tabel 1. Hasil Analisis Tingkat Pemahaman Proses Pasca Panen sampai Pengemasan

No	Uraian	Pre-	Post-	Keterangan
		test	Test	
		(%)	(%)	
1.	Pemahaman tentang Proses Pembuatan Mie/Keripik dari Sayur			
	Sangat Paham	0	36	Pemahaman proses pembuatan meningkat
	Paham	36	57	

tersebut. Berikut adalah Jawaban peserta sebelum dan setelah adanya pelatihan.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa pemahaman peserta mengenai proses pembuatan mie dan kripik berbahan dasar sayur sebelum pelatihan masih tergolong rendah. Hanya 36% peserta yang menyatakan sudah memahami proses pembuatannya, sementara 50% lainnya mengaku kurang memahami, dan 14% sama sekali belum memahami tahapan pengolahan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih membutuhkan pendampingan teknis dalam pengolahan produk berbasis sayuran.

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, terjadi perubahan yang signifikan pada tingkat pemahaman peserta. Sebanyak 36% peserta menyatakan sangat paham terhadap proses pembuatan mie/kripik sayur, 57% menyatakan paham, dan hanya 7% yang masih merasa kurang paham. Perubahan ini mengindikasikan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami proses pengolahan pangan, dengan total peningkatan pemahaman sebesar 57%. Dengan demikian, pelatihan yang diberikan terbukti efektif dalam memperkuat pengetahuan teknis peserta.

Selain peningkatan pengetahuan teknis, pemahaman peserta terhadap pentingnya kemasan sebagai identitas dan nilai tambah produk juga mengalami perkembangan. Sebelum pelatihan, terdapat 7% peserta yang menganggap bahwa *packaging* tidak penting dalam produk makanan. Namun setelah mendapatkan pemaparan mengenai fungsi kemasan, kualitas label, dan daya tarik visual, sebanyak 86% peserta menyatakan bahwa *packaging* merupakan aspek yang sangat penting dalam sebuah produk makanan. Hal ini menunjukkan terjadinya peningkatan pemahaman terhadap konsep *packaging* sebesar 7%, sekaligus menandakan adanya perubahan pola pikir peserta mengenai pentingnya branding dan pemasaran produk.

	Kurang Paham	50	7	57%
	Tidak Paham	14	0	
2.	Pentingnya Packaging dalam Produk Makanan			
	Sangat Penting	79	86	
	Penting	14	14	Pemahaman <i>Packaging</i> meningkat 7%
	Kurang Penting	0	0	
	Tidak Penting	7	0	
3.	Pengetahuan tentang Olahan Selada			
	Tahu	57	100	Pengetahuan tentang olahan meningkat 43%
	Tidak Tahu	43	0	
4.	Keterlibatan dalam Melakukan Pengemasan Produk Makanan			
	Pernah	14	100	Keterlibatan pengemasan meningkat 86%
	Tidak Pernah	86	0	
5.	Ketertarikan dalam Mencoba Membuat Olahan Makanan dari Sayur Lainnya			
	Sangat Tertarik	0	7	
	Tertarik	14	86	Ketertarikan mencoba produk lain 79%
	Kurang Tertarik	50	7	
	Tidak Tertarik	36	0	

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Selanjutnya, terkait pengetahuan tentang olahan sayur khususnya selada, sebelum pelatihan sebanyak 57% peserta sudah mengetahui bahwa selada dapat diolah menjadi berbagai produk makanan, sedangkan 43% belum mengetahui potensi pengolahan tersebut. Melalui pelatihan dan pendampingan praktis, seluruh peserta terlibat langsung dalam proses pembuatan mie dan kripik berbahan dasar selada. Keterlibatan aktif ini membuat seluruh peserta memperoleh pengalaman langsung dan memperluas pengetahuan mereka mengenai diversifikasi olahan selada. Secara keseluruhan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta sebesar 43% setelah mengikuti pelatihan.

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa bahwa sebelum pelatihan dilakukan, sebagian besar peserta belum memiliki pengalaman dalam kegiatan pengemasan produk. Sebanyak 86% peserta menyatakan tidak pernah terlibat dalam proses pengemasan, sedangkan hanya 14% peserta yang mengaku pernah melakukannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan teknis peserta dalam aspek packaging masih sangat terbatas. Setelah pelatihan dan pendampingan dilaksanakan, seluruh peserta (100%) terlibat langsung dalam proses pengemasan produk. Keterlibatan menyeluruh ini menunjukkan bahwa peserta menjadi lebih aktif dan memahami pentingnya praktik pengemasan dalam pengolahan produk makanan. Secara keseluruhan, terdapat

peningkatan keterlibatan sebesar 86% setelah pelatihan diberikan.

Selanjutnya, terkait dengan minat peserta untuk mencoba membuat olahan makanan dari sayur selain selada, sebelum pelatihan mayoritas peserta menunjukkan tingkat ketertarikan yang rendah. Sebanyak 50% peserta menyatakan kurang tertarik dan 36% menyatakan tidak tertarik untuk mencoba mengolah jenis sayuran lain. Dengan demikian, hanya 14% peserta yang menunjukkan ketertarikan untuk bereksperimen dengan olahan sayuran selain selada. Namun setelah peserta mendapatkan pemahaman dan pengalaman langsung selama pelatihan, tingkat ketertarikan tersebut meningkat secara signifikan. Sebanyak 7% peserta menyatakan sangat tertarik, 86% menyatakan tertarik, dan hanya 7% yang masih merasa kurang tertarik karena merasa proses pembuatannya cukup sulit serta belum mengetahui jenis sayuran lain yang cocok untuk diolah. Temuan ini memperlihatkan adanya peningkatan ketertarikan peserta sebesar 79% setelah adanya pelatihan, yang mencerminkan bahwa pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan motivasi dan rasa ingin tahu peserta dalam mengembangkan diversifikasi olahan sayuran.

Peningkatan keterlibatan dan ketertarikan peserta setelah pelatihan menunjukkan bahwa metode pelatihan yang diterapkan—meliputi praktik langsung, demonstrasi, dan pendampingan intensif—berhasil memberikan

pengalaman belajar yang efektif dan aplikatif. Kegiatan praktis memungkinkan peserta memperoleh pemahaman nyata tentang pentingnya pengemasan serta peluang diversifikasi olahan sayuran. Selain itu, suasana pembelajaran yang partisipatif mendorong peserta untuk lebih percaya diri mencoba hal baru. Dengan meningkatnya keterampilan pengemasan dan ketertarikan terhadap inovasi produk, kegiatan pelatihan ini berpotensi memperkuat kapasitas kelompok dalam mengembangkan usaha berbasis olahan sayur yang lebih kreatif, kompetitif, dan berkelanjutan.

Berdasarkan analisis terhadap 3 (tiga) permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi yaitu: 1) Permasalahan desain cap/merk dagang, 2) Permasalahan teknologi pengolahan sayur, 3) Permasalahan manajemen pemasaran. Dengan bantuan dari Hibah Institusi Unisma (Hi-ma 2025), tim dapat bekerjasama dengan mitra untuk dapat melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan. Dari kegiatan Bersama mitra Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi, hal yang dirasakan oleh mitra adalah:

- 1) Adanya Cap/merk dagang sederhana untuk sayur segar dan olahan produk selada yang didesain oleh tim pengabdian dan mitra seperti pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Cap Dagang Sayur Segar, Mie Selada dan Kripik Bawang

Dalam istilah modern, merek dagang adalah simbol, nama, atau tanda tertentu yang membedakan barang/jasa dari suatu pihak dengan pihak lain. Dalam Islam, prinsipnya masuk dalam ranah *ḥuqūq māliyah* (hak-hak kekayaan) yang dilindungi, setara dengan harta fisik. Para ulama kontemporer memandang

merek dagang sebagai *ḥaqq al-ibtikār* (hak kekayaan intelektual) yang memiliki nilai ekonomi dan wajib dihormati. Hal ini selaras dengan (Permata & Ramli, 2019) yang menyatakan bahwa pentingnya merek bagi UMKM sebagai bentuk representasi dari barang yang dihasilkan.

- 2) Adanya pelatihan dan pendampingan pengolahan sayur selada dengan Teknologi Pengolahan sayur yang diberikan oleh tim pengabdian kepada mitra sasaran yaitu kelompok kebun semi (Gambar 2). Pelatihan dan pendampingan pengolahan selada menjadi mie dan kripik bawang diisi oleh narasumber. Dalam pelatihan ini semua peserta ikut terlibat dalam pembuatan mie selada dan kripik bawang mulai awal sampai pengemasan. Kegiatan pelatihan dan pendampingan disajikan pada gambar 3 dan 4.



Gambar 2. Penyerahan Alat Pembuatan Mie/Kripik



Gambar 3. Penyampaian Materi Pengolahan Selada



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Mie dan Kripik Bawang dari Selada

Teknologi pengolahan pasca panen sayuran mencakup serangkaian kegiatan untuk mempertahankan mutu, memperpanjang masa simpan, dan menambah nilai produk, misalnya: sortasi, pencucian, pengemasan, pengolahan menjadi produk olahan (*frozen*, *pickles*, keripik sayur, jus sayur). Dalam Islam, pengembangan teknologi ini berkaitan erat dengan prinsip pengelolaan sumber daya yang amanah, menghindari pemborosan (*isrāf*), dan mengoptimalkan manfaat harta demi kesejahteraan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fadli & Sarjan, 2024) bahwa pengelolaan sumber daya alam harus berkelanjutan untuk menjamin terpenuhinya kebutuhan manusia saat ini tanpa mengurangi potensi untuk kebutuhan masa mendatang.

- 3) Adanya pelatihan tentang Manajemen Pemasaran mulai dari desain dan kemasan produk sampai strategi pemasaran produk. Dokumentasi penyampaian materi tentang manajemen pemasaran disajikan pada gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Penyampaian Materi Manajemen Pemasaran



Gambar 6. Dokumentasi Bersama dengan Kelompok *Urban Farming* Kebun Semi dan Membawa Produk Hasil Pelatihan

Manajemen pemasaran mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan strategi untuk mempromosikan dan menjual produk. Desain kemasan adalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berfungsi melindungi produk, menarik perhatian

konsumen, dan menyampaikan informasi. Dalam Islam, keduanya harus dijalankan dengan kejujuran, keadilan, dan menghindari penipuan.

Hal ini dapat diartikan bahwa dalam manajemen pemasaran termasuk desain kemasan, Kemasan tidak boleh menyesatkan konsumen, misalnya menampilkan gambar berlebihan yang tidak sesuai isi, atau menyembunyikan kualitas sebenarnya. Hal yang sama dijabarkan oleh (Ermawati, 2019) bahwa kemasan yang baik dapat membentuk persepsi konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa bentuk pelatihan dan pendampingan dapat disimpulkan bahwa anggota kelompok *Urban Farming* telah mendapatkan pemahaman yang lebih baik terkait olahan makanan dari sayur khususnya selada. Selain juga kelompok *Urban Farming* juga lebih memahami terkait pentingnya manajemen pemasaran yang meliputi perencanaan, desain kemasan sampai strategi pemasaran guna meningkatkan pendapatan kelompok *Urban Farming* kebun semi.

Saran yang dapat diberikan terkait keberlanjutan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat kelompok *Urban Farming* kebun semi yaitu diharapkan dapat terus melakukan pengolahan sayur untuk dapat memberkan nilai tambah, selain itu memberikan merk dagang supaya dikenal banyak masyarakat dan dapat menjalankan strategi pemasaran sayur segar dan makanan olahan sayur lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian menyampaikan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Malang yang telah memberikan dukungan, pendampingan dan fasilitas melalui Hibah Institusi Unisma (HI-ma) skema PkM 2025 dengan nomor kontrak nomor 185/6164/U.LPPM/K/B.07/III/2025.

DAFTAR RUJUKAN

- Abraham, H. E. M., Noch, J., Dumais, K., Betsy, C., & Pakasi, D. (2021). Analisis Keuntungan Usahatani Sayuran Selada Hidroponik Pada *Urban Farming* di Batukota Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Agri-Sosioekonomi*, 17(November), 961–966.

- <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/ji-sep/article/view/37502>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan peranan dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran desa yosowilangun lor. *Jurnal Empowerment Society*, 2(2), 15–22.
- Fadli, Z., & Satjan, M. (2024). Etika Pengelolaan Sumber Daya Alam Berkelanjutan Dalam Perspektif Islam. *Lambda: Jurnal Pendidikan MIPA Dan Aplikasinya Lembaga "Bale Literasi,"* 4(1).
- Gede, I. D., Sedana, P., Luh, N., & Ening, P. (2023). *Urban Farming* dalam Meningkatkan Ketahanan Pangan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Relasi Publik*, 1(3), 171–178.
- Ihsan, T., dan Derosya, V. (2024). Tinjauan Strategi Pengemasan Buah dan Sayur dalam Memerangi Food Loss dalam Rantai Pasokan Pascapanen di Indonesia. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 22(4), 1078–1087. <https://doi.org/10.14710/jil.22.4.1078-1087>
- Isti Fajaroh, Eko Murdiyanto, B. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Urban Farming (Pertama)*. CV. Diomedia.
- Khasanah, U., Trisnawati, S. N. I., Isma, A., Alanur, S. N., Maida, A. N., Nainiti, N.P., Amin, L. H., Aryawati, N.P.A., Murwati., Bangu., Maulida, C. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT: TEORI DAN IMPLEMENTASI*. CV Tahta Media Group.
- Permata, R. R., & Ramli, T. S. (2019). *Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro , Kecil dan Menengah Di Jawa Barat*. 10(April), 34–39.
- Rahmawati, I., Ariyani, Y. N., & Fitriani, A. (2024). *Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Program Urban Farming di Kampung Samtama , Jakarta Pusat Level of Community Participation in Urban Farming Program in Kampung Samtama , Central Jakarta*. 6(2), 55–67.
- Utami, N.M. A. W., Wiguna, I., M. A. (2022). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Selada Organik Kemasan di Desa. *Jurnal Sutasoma (Science Teknologi Sosial Humaniora)*, 01(01), 1–7.
- Zain, A. (2025). *TEKNOLOGI PASCAPANEN DAN PENGOLAHAN HASIL PERTANIAN*. CV. Media Sains Indonesia.