

Penganekaragaman Sayuran di UD Omah Sayur Sengkaling untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan di Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Zainol Arifin¹, Cakti Indra Gunawan², Cahyo Sasmito³, Ida Sugeng Suyani⁴, Purwanto⁵

¹Program Studi Agribisnis, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Jalan Telaga Warna Tlogomas Malang 65144

²Program Studi Manajemen, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Jalan Telaga Warna, Tlogomas Malang 65144

³Program Studi Administrasi Publik, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Jalan Telaga Warna, Tlogomas Malang 65144

⁴Program Studi Agroteknologi, Universitas Panca Marga, Jalan Raya Dringu, Krajan, Pabean, Mayangan Probolinggo 67216

⁵Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Panca Marga, Jalan Raya Dringu, Krajan, Pabean, Mayangan Probolinggo 67216

¹E-mail : dr.zainolarifin@gmail.com

²E-mail : cakti.gunawan@gmail.com

³E-mail : cahyosasmito1970@gmail.com

⁴E-mail: idasugengsuyani@upm.ac.id

⁵E-mail : purwanto@upm.ac.id

Abstract— "UD Omah Sayur" is a company that markets various kinds of horticultural vegetables and staple foods, such as carrots, spinach, lettuce, onions, chilies, mustard greens, kale, and other vegetables. Starting from being an employee in someone's factory, then leaving and opening his own business, called Omah Sayur." is Mr. Nur Abdhiza. As the owner of the "UD Omah Sayur started developing "Omah Sayur" and played a direct role as the owner, while the others played roles as employees marketing the vegetables. Promotional media using the Internet is currently very relevant because people are used to looking for personal, company, or agency needs using Internet media. Surveys prove that 50% of home businesses or small and medium businesses already use the Internet as a promotional medium.

Keywords: Income; Promotional Medium; "UD Omah Sayur"

Abstrak— UD Omah Sayur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran berbagai macam sayur-sayuran holtikultur, dan bahan pokok. Umumnya seperti, wortel, bayam, selada, bawang, cabe, sawi, kangkung, dan berbagai macam sayuran lainnya. Bermula dari karyawan suatu pabrik, kemudian keluar dan membuka usaha sendiri, yang dinamai Omah Sayur. Bapak Nur Abdhiza sebagai pemilik UD Omah sayur mulai mengembangkan Omah Sayur dan berperan langsung sebagai owner, sedangkan yang lain berperan sebagai pegawai pemasaran sayur-sayuran secara keseluruhan. Media promosi menggunakan internet saat ini sangat relevan dimana masyarakat sudah terbiasa mencari sesuatu kebutuhan pribadi, perusahaan atau instansi menggunakan media internet. Survey membuktikan bahwa 50% usaha rumahan atau usaha kecil menengah sudah menggunakan internet sebagai media promosi.

Kata Kunci : Media Promosi; Omah Sayur; Pendapatan.

I. PENDAHULUAN

Omah Sayur berdiri pada tahun 2018 dengan status kepemilikan sendiri di jalan Mulyoagung nomor 188 Sengkaling. Tokoh Omah Sayur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran berbagai macam sayur-sayuran holtikultur, dan bahan pokok. Umumnya seperti wortel, bayam, selada, bawang, cabe, sawi, kangkung, dan berbagai macam sayuran lainnya. Bermula dari jadi karyawan di pabrik orang, kemudian keluar dan membuka usaha sendiri, yang dinamai Omah Sayur. Pemilik Toko Omah Sayur yaitu Bapak Nur Abdhiza. Bapak Nur mulai mengembangkan Omah Sayur dan berperan langsung sebagai owner, sedangkan yang lain berperan sebagai pegawai pemasaran sayur-sayuran secara keseluruhan.

Sejak awal berdiri Omah Sayur menjual sayur di tokoh kecil dibandingkan dengan Omah Sayur yang sekarang yaitu terdapat 7 cabang, salah satunya yaitu Omah Sayur yang terletak di daerah Sengkaling. Saat ini Tokoh Omah Sayur tidak hanya menjual sayur di tokoh saja, namun juga menjual secara online dengan menerima pesanan dari Kafe, Hotel, dan tempat makan lainnya.

Di era modern ini perekonomian di Indonesia sangat berkembang pesat. Hal ini menimbulkan hak dan kewajiban bagi setiap orang dalam pergaulan hidup saat ini. Setiap orang mempunyai hak yang wajib diperhatikan orang lain dan dalam waktu yang sama juga kewajiban yang harus ditunaikan terhadap orang lain. Hak dan kewajiban diatur dalam patokan hukum agar tidak terjadi bentrokan antara kepentingan dalam bermasyarakat, tentunya mengedepankan nilai-nilai yang terkandung dalam aturan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Karena hakikat dari manusia adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari komunikasi dan interaksi. Interaksi berpengaruh pada bidang ekonomi (Kutbuddin Aibak, 2017). Transaksi menurut bahasa dapat di artikan sebagai tukar-menukar sesuatu dengan sesuatu. Sedangkan menurut syarat atau istilah, transaksi adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belak pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. (Anna Dwi Cahyani, 2010).

Jual beli sebelum mencapai kesepakatan, didahului tawar-menawar, yang berfungsi sebagai penentu sejak kapan terjadi persetujuan tetap. Sejak terjadinya persetujuan tetap, maka perjanjian jual beli antara pedagang dan pembeli tersebut baru dinyatakan sah dan mengikat sehingga wajib dilaksanakan. Jual beli merupakan perjanjian paling banyak diadakan dalam kehidupan masyarakat (Shidarta, 2004).

II. METODE PELAKSANAAN

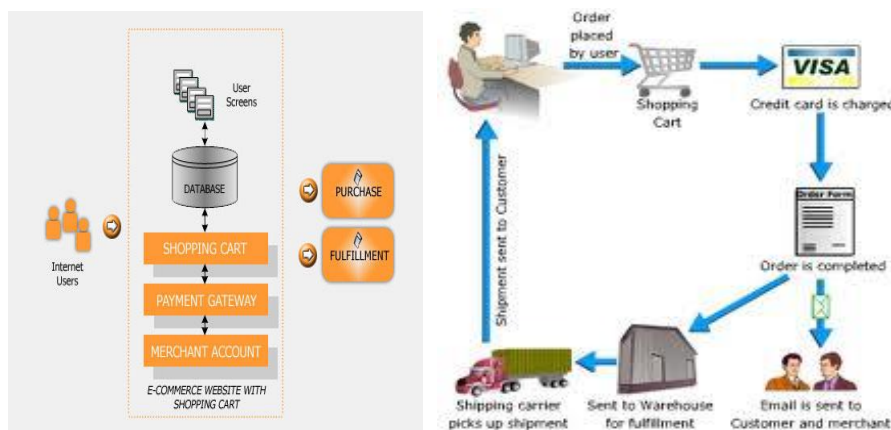
Berdasarkan beberapa hasil diskusi dan kajian tentang permasalahan diatas, maka harus ada beberapa terobosan solusi untuk mengatasi untuk mengatasi hal tersebut, yaitu Pelatihan mempertahankan kesegaran untuk kelompok aneka sayuran Omah Sayur selama 1 minggu. Hal ini dilakukan untuk menciptakan keterampilan baru bagi anggota kelompok yang bergabung dalam kelompok sayur dengan harapan tercipta mata pencarian alternatif di bidang persayuran. Materi pelatihan keterampilan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan Manajemen untuk kelompok petani sayur yang segar diantaranya:
Manajemen SDM dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pemahaman dan pendefinisian terhadap kerja (*job description*) sehingga masing-masing divisi memahami tugas dan fungsinya serta dapat meningkatkan kinerja dari divisi. Selain itu, dalam hal perencanaan program kerja perlu diberikan pembinaan tentang pembuatan program kerja yang terjadwal (*time scheduling*) sehingga program kerja menjadi lebih terarah dan dapat meningkatkan kinerja daripada anggota kelompok.
Manajemen keuangan, dalam hal pembukuan atau pencatatan transaksi keuangan sehingga mereka dapat mengetahui berapa besarnya pemasukan dan pengeluaran setiap musimnya, dengan pembuatan jurnal sederhana untuk mencatat setiap transaksi keuangan, maka dapat membentuk arus kas serta melakukan analisis terhadap arus kas (*Cash Flow Analysis*) untuk setiap musimnya, sehingga dapat menjadi pedoman atau acuan bagi kelompok petani sayur yang akan diserahkan pada omah sayur dalam hal perencanaan keuangan sehingga hutang atau pinjaman yang tidak terduga dapat diminimalisir.

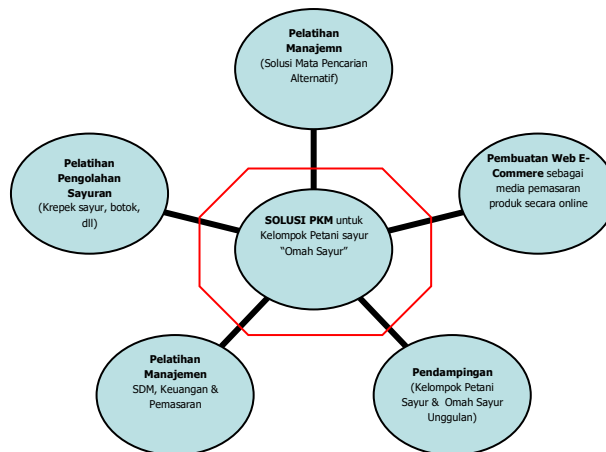
Tabel 1. Materi pelatihan manajemen Omah Sayur

NO	MATERI
1.	Pengenalan bahan dan alat yang dibutuhkan
2.	Aneka keragaman sayuran
3.	Ciri – ciri bahan baku yang baik dan berkualitas
4.	▪ Pencucian sayur yang siap untuk dipasarkan ▪ Pembuatan bedak untuk mempertahankan sayur segar ▪ Pemberian bahan untuk penyegar sayur
5.	▪ Pemberian cara pemotong sayur agar bertahan lama ▪ Teknik memasarkan sayur yang praktis ▪ Pelatihan dengan e-comersial cara baik untuk sayur
6.	▪ Pembentukan mitra sayur yang profesional ▪ Cara memotong sayur agar tidak cepat layu
7.	▪ Cuci tes dan cara menempatkan posisi sayuran ▪ Positioning sayur dengan memudahkan mengambil
8.	▪ E-comersial sayur aneka yang banyak diminati konsumen ▪ Teknik dan cara aplikasi e-comersial ▪ Sistem COD
9.	▪ Gambaran omah sayur memudahkan pelanggan ▪ Kepercayaan konsumen terhadap omah sayur ▪ Evaluasi kegiatan ▪ Evaluasi hasil komposisi pemberian penyegar sayur

2. Pelatihan Manajemen Produk sayur segara, untuk meningkatkan nilai jual sayuran yang segar maka perlu dikembangkan beberapa pelatihan pengolahan diantaranya adalah: kripik sayur, abon sayur, botok sayur, pepes sayur, kerupuk.
3. Pembuatan web e-commerce sebagai media pemasaran produk kelompok petani sayur dan omah sayur, dan pelatihan pemanfaatan e-commerce. Ke depan kelompok petani sayur dan omah sayur akan mampu mempromosikan dan menjual produk mereka tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat, sehingga akan mempercepat perkembangan usaha dan meningkatkan kesejahteraan kelompok petani sayur dan omah sayur. Media promosi menggunakan internet saat ini sangat relevan dimana masyarakat sudah terbiasa mencari sesuatu kebutuhan pribadi, perusahaan atau instansi menggunakan media internet. Survey membuktikan bahwa 50% usaha rumahan atau usaha kecil menengah sudah menggunakan internet sebagai media promosi.



Gambar 1. Model perancangan e-commerce



Gambar 2. Skema solusi permasalahan kelompok Petani omah Sayur

Kalau dilihat dari tahapan penerapan solusi permasalahan kelompok petani sayur dan omah sayur dapat dijelaskan seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3. Piramida urutan solusi masalah kelompok Petani sayur Omah Sayur

Adapun kegiatan pengabdian dilaksanakannya di kelompok petani sayur dan UD Omah Sayur ini adalah:

1. Setiap anggota kelompok petani sayur omah sayur mampu menghasilkan sayur disetiap rumah-rumah mereka, sehingga menjadi mata pencarian alternative bagi mereka.
2. Munculnya sentra-sentra petani sayur baru dikawasan Dau dengan corak dan motif khas kampong wisata.
3. Meningkatnya kualitas SDM dan kemandirian Kelompok petani sayur dengan omah sayur.
4. Terciptanya produk-produk baru olahan sayuran menjadi produk unggulan yang bernilai jual tinggi.
5. Terciptanya media pemasaran melalui internet (*e-commerce*) untuk omah sayur.
6. Membentuk masyarakat produktif berkinerja tinggi, memiliki kekuatan ekonomi yang tangguh, berkehidupan tenteram dan sentosa.

Dari hasil pengabdian di atas akan mampu memberikan dampak pada kelompok petani sayur di UD Omah Sayur, diantaranya adalah:

1. Proses *updating* pengabdi khususnya bagi kelompok petani sayur di omah sayur.
2. Peningkatan produktivitas mitra dalam proses produksi produk olahan hasil sayur dan munculnya pekerjaan alternative dibidang persayuran.

3. Meningkatkan pengetahuan dan kepedulian kelompok wanita petani sayur di omah sayur terhadap masyarakat sekitarnya tentang dunia usaha dan manajemen keuangan mereka.
4. Meningkatkan pengetahuan mereka dibidang pengolahan sayuran menjadi produk olahan yang bernilai jual tinggi.
5. Meningkatkan kemampuan manajemen SDM beserta keuangan bagi kelompok petani sayur di omah sayur sehingga mampu menjadikan kelompok petani sayur yang sehat dan mandiri.
6. Meningkatkan peranan kelompok petani sayur sebagai salah satu pengambil keputusan dalam usaha sayuran dan bidang lainnya.
7. Meningkatkan kualitas peran dan kemandirian kelompok petani sayur dengan tetap memperhatikan kelestarian sumber daya alam di kawasan pertanian.
8. Meningkatkan kesejahteraan kelompok petani sayur dan keluarga petani serta masyarakat sekitarnya.
9. Meningkatkan atensi akademisi terhadap kelompok masyarakat yang termarjinalkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Omah Sayur merupakan salah satu jenis camilan yang murah dan meriah yang bahan bakunya aneka sayuran organik dan anorganik serta bahan tambahan lainnya. Di Malang telah banyak berkembang kemampuan masyarakat dalam pengelolaan bahan sayuran untuk memudahkan penjualan. Dengan berbagai alasan bahwa Teknologi Tepat Guna dianggap tidak cocok karena tidak semua pembeli memiliki perangkat elektronik. Berarti dari pengabdian masukan bahwa mesin yang bisa digunakan untuk mengakses harus mudah dijangkau dan setiap saat harus diganti untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien, agar usaha sayuran bisa terjual tanpa ada yang sampai hancur atau terbelah dan layu untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Program pengabdian ini harus bisa memberikan masukan bagi usaha omah sayur di Desa Mulyoagung Dau untuk mengangkat pendapatan asli desa dan mengurangi pengangguran terutama anak muda dengan luaran sebagai berikut.

Tabel 2. Luaran Pengabdian

No	Sasaran Program	Arah	Luaran
1.	Training dan uji coba desain Sayuran UD. Omah Sayur	▪ Model training ▪ Andalan industri Sayuran Organik dan Anorganik ▪ Civil society Agroindustri	Luaran yang diharapkan akan menjadi model sebesar skor 80 persen sebagai upaya untuk memperoleh hasil dalam luaran yang bisa diharapkan dari home industri. Sementara dari beberapa kelompok yang tergabung perlu juga ada tindak lanjut. Tidak tercapainya kepada target disebabkan beberapa faktor, terutama adalah keterbatasan waktu yang dimiliki untuk pelatihan; - Penyelesaian yang digarapkan akan mendapatkan hasil dan potensi yan bisa dikembangkan dalam rangka melahirkan produk unggulan dan mendapatkan penghasilan yang fantastis..

2	Traing of trainer dari pengelolaan SDM dan Finasial	▪ Mengerti dan punya keingunan sealu berkemban yang bersifat inovaif,.	- Dalam usaha yang mendapat kegiatan sebesar 75 prsen mendekati angka yang fantastis dalam pengembangan usaha yang brkelanjutan serta memperoleh nilai hasil yang maksimal.terutama dalam usaha pengumpulan omah sayur. - Ketika pendidikan dalam konsep pengabdi yang disarankan agar memiliki ilmu terutama skill dan krahlian yang dapat ditopang dengan lulusan yang memenuhi. Akan mengalami peningkatan yang tajam dan signifikan.
		▪ Mengerti akuntabilitas dari pasiva dan aktiva dalam rangka input dan output.	
3	Adanya Model usaha dan Training	▪ Terwujudnya usaha sayuran untuk desa dan kelompok; ▪ Dapat menjalankan usaha dengan baik dan lancar..	- Penyelesaian langkah yang diambil dalam menyikapi usaha yang kurang baik akan mengalami mpenurunan omset. Baik hasil maupun finansial. - Luaran yang terjadi sebesar 75 persen masih bisa diharapkan untuk merubah pola dan tingkat keberhasilan akan kembali. Jika sistem dan tatakelola akan lebih baik yang bersifat dinamisator, katalisator dan motivator sebagai pengabdi. - Untuk mencapai hasil 100 persen diperlukan peralatan dan sumberdaya manusia yang handal dan mencukupi finansial untuk operasional sebagai bentuk luaran yang diharapkan. Akan tetapi semua ijin operaasional dan dari Depkes harus terpenuhi, sehingga tidak ada komplin dari usaha yang lain

Rata-rata hasil yang diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Persen Luaran} &= \frac{\text{Luaran 1} + \text{Luaran 2} + \text{Luaran 3}}{3} \times 100\% \\
 &= \frac{90\% + 85\% + 30\%}{3} \\
 &= 75,6\% \text{ (BAIK)}
 \end{aligned}$$

Aktivitas pengabdian

Kegiatan dan aktifitas yang dilaksanakan berdasarkan kemampuan masing-masing setelah dilakukan "training of trainer". Maka dengan hadirnya para pengabdi pembuat UD Omah Sayur dan bahan baku jika tidak ada di Malang mencari keluar area seperti Kota Batu. Tapi bahan baku yang diluar daerah lebih murah hanrganya, karena dilihat dari teksturnya dan bentuknya lebih baik dan sudah terkenal.

Akan tetapi yang menjadi pertimbangan utama dari pengabdi adalah bagaimana merubah pola dan kemasan yang dimilkinya sehingga tidak monoton terhadap produk dan kemasan yang lama.misal bulat dirubah desain ke bungkus yang menarik, kemasan dari yang plastik biasa diganti dengan yang ada IRT atau ijin dari Dinkes masih berbentuk bahan lokal. Ketika berbicara tentang pemberdayaan masyarakat, hampir tiap masyarakat ingin memiliki perkerjaan sampingan sebagai tambahan penghasilan.di UD Omah Sayur sebagian ada yang menjadi karyawan daerah tersebut sebagai selingan dan pertanian di desa Mulyoagung rata-rata tempat kost mahasiswa.

Dengan hadirnya pola pembinaan kelompok dan usaha yang dimiliki merasa bangkit keinginan untuk maju dan memiliki ketrampilan yang memadai. Pengabdi merasa perlu masyarakat untuk kita bantu semampu dan sesempat karena tenaga yang terbatas.Terbentuknya usaha dagang omah sayur sifatnya turun temurun dari pendahulu.

Tabel 3. Kesenambungan aktifitas pengabdian terhadap pemberdayaan Sayuran di UD Omah Sayur

No	Kesenambungan	Skor dan hasil		
		Perbandingan	Kwantitas	Persentase
1	Bahan Pemberdayaan "Training of trainer diharapkan dapat membuat terobosan bagi masyarakat khususnya dengan UD Omah Sayur.	Tidak Setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		setuju	13	38,24
		Sangat setuju	21	61,76
		Total	34	100
2	Bahan Pemberdayaan "Training yang bersifat aplikatif membantu gerakan dalam SDM.	Tidak Setuju	0	0
		Kurang Setuju	0	0
		Setuju	17	50
		Sangat Setuju	17	50
		Total	34	100
3.	Bahan Civil society dengan training model marketing menggunakan elektronik digital	Tidak Setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		Setuju	17	50
		Sangat Setuju	17	50
		Total	34	100
4.	Bahan Pemberdayaan bagi Petani sayuran" terkait dengan bahan Pengabdian	Tidak Setuju	0	0
		Kurang PSetuju	0	0
		Setuju	17	50
		Sangat setuju	17	50
		Total	34	100
5.	Pandangan dari peserta, bahan Pengabdian telah memenuhi syarat dengan baik..artinya persiapan cukup matang	Tidak setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		setuju	25	61,76
		Sangat setuju	9	38,24
		Total	34	100
6.	Dari sisi evaluasi , bahan Pengabdian menggunakan ilustrasi untuk memnfaatkan era digital.	Tidak Setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		Setuju	21	50
		Sangat setuju	13	50
		Total	34	100
7.	Pemahaman dari bahan , pengabdian dapat membuat kelompok yang bermasa depan.	Tidak Penting	0	0
		Kurang Penting	0	0
		penting	13	38,24
		Sangat Penting	21	61,76
		Total	34	100



Gambar 4. Pertemuan rutin pengabdian dengan anggota pemilik omah sayur



Gambar 5. Kunjungan ke UD. Omah Sayur

Aktivitas pengabdian untuk mencapai keberhasilan dalam luaran

Dalam masalah di UD Omah Sayur harus terbentuk dengan baik. Mengingat kondisi disaat sekarang perlu penataan dan perjalanan manajemen yang baik dan sempurna. Ketika berbicara persoalan manajemen pasti terkait dengan masalah finansial dan keuangan. Orang memegang peran penting adalah yang ahli terhadap pengelolaan di bidang analisis keuangan yang di maksud dengan cash flow. Hal ini akan memberikan dampak dan kemajuan dari sayuran ke UMKM yang nantinya dapat menyerap lapangan kerja.

Menjajaki hasil pertemuan antara pengabdian dan kelompok masyarakat, masih banyak kurang pendidikan untuk bisa berfikir secara sederhana. Terutama masalah waktu yang kurang tepat dalam pekerjaan di masing-masing divisi. Akibat terjadi seperti tidak tepat sasaran. Semoga impian pengabdian dapat terwujud dan dapat dijadikan sebagai momentum menambah karya nyata.

Edukasi dalam dunia pembelajaran terutama pada segi keahlian sangat penting dan diperlukan. Oleh karena itu harapan dalam UD Omah Sayur keinginan untuk maju dan berkembang sangatlah diharapkan. Kalau kita gambaran pendidikan masih dibawah Strata satu yang diharapkan dengan kondisi skill yang vokasional. Hal ini jika kelompok petani sayuran bertanya dalam arti umpanbalik maka nara sumber yang kita paparkan akan dapat terjawab dan diterima oleh peserta. Dari jumlah peserta pelatihan dan manajemen sumberdaya manusia yang hadir yang sangat penting 60% sebanyak 16 orang. Dan 40% orang sebanyak peserta yang menyatakan penting terhadap materi.

Setelah dilaksanakannya pelatihan manajemen sumberdaya manusia, pegawai omah sayuran mudah memahami dan menerapkan tugas dan tanggungjawab masing-masing sesuai

dengan pembagian tugas sebagaimana susunan organisasi yang ada. Disamping itu, kinerja anggota kelompok petani sayuran ini akan meningkat. Hal ini diketahui dengan tidak tumpang tindih pekerjaan baik fungsi maupun divisi.

Kerjasama yang dibangun dengan berbagai mitra adalah sangat penting. Istilah dalam dunianya Learning by doing. Semoga kerjasama tersebut antara dunia usaha dan dunia industri ditambah dengan dunia pendidikan akan terjawab. Segala apa ha yang sulit pasti kita dapat pecahkan. UD Omah Sayur selama ini pemasaran masih dalam bentuk manual artinya dari pedagang kecil seputar Dau. Akan tetap ketika pengabdi sudah memberikan ilmu akan menjadi Elektronik marketing.

Berdasarkan tabel 3 Dapat dilihat bahwa sebagian besar anggota kelompok petani dan sayuran yaitu sebanyak 23 orang atau sebesar 67,65% menilai jelas terhadap penyampaian materi oleh pemateri dan sisanya sebanyak 11 orang atau sebesar 32,35% menilai sangat jelas. Disamping itu dari tabel 8. Juga dapat diketahui bahwa sebanyak 28 orang atau sebesar 82,35% menilai pemateri telah memanfaatkan waktu sesuai dengan jadwal yang diberikan. Sedangkan sisanya sebanyak 6 orang atau sebesar 17,65% menilai sangat setuju terhadap pemateri yang telah memanfaatkan waktu sesuai jadwal yang diberikan.

Tabel 4. Feedback Terhadap Narasumber

B. Nara sumber			Jml Pst	%
1.	Secara umum , penajian materi oleh pemateri	Tidak Setuju	0	0
		Kurang Setuju	0	0
		Setuju	23	67,65
		Sangat setuju	11	32.55
Total			34	100
2.	Secara umum , narasumber memanfaatkan waktu sesuai dengan jadwal yang diberikan	Tidak setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		setuju	18	62,35
		Sangat setuju	6	17,65
Total			34	100
3.	Narasumber menguasai materi yang di berikan	Tidak setujug	0	0
		Kurang setuju	0	0
		Setuju	21	70
		Sangat setuju	13	30
Total			34	100
4.	Media yang digunakan dalam menyampaikan materi	Tidak Penting	0	0
		Kurang Penting	0	0
		Penting	25	60
		Sangat Penting	9	40
Total			34	100



Gambar 6. Umpan balik antara pengabdian dan pembeli sayuran organik dan anorganik

Konsep dalam tabel 4. Juga mendapatkan jumlah sebanyak 20 termasuk sudah baik menjadi anggota yang baik dan masih bisa mendapatkan anggota kelompok petani sayuran dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Angka 70 persen terkatagori baik dan mendapatkan apresiasi terhadap peningkatan sayuran. Sedangkan sisa dari 30 persen perlu dukungan dan pembinaan yang berkelanjutan.

Dengan komprehensif akan mendapat umpan balik antara pengabdian dengan petani sayuran dan UD.Omah Sayur yang menjadi andalan utama. Dan merupakan masuk katagori penghasilan yang cukup.

Tabel 5. Umpan balik terhadap ruangan dan tempat yang digunakan

Variabel Feed Back	Perbandingan	Kuantitas	Persentase
Keamanan dan keindahan ruangan yang dipakai	Tidak setuju	0	0
	Kurang setuju	0	0
	setuju	1	2,94
	Sangat setuju	33	97,06
Total		34	100
Mamin yang disediakan selama pengabdian ditempat ini	Tidak setuju	0	0
	Kurang Pe setuju	0	0
	setuju	2	90
	Sangat setuju	12	10
Total		34	100

Atas dasar tabel 5. Dapat dijelaskan bahwa jumlah 33 orang yang tergabung didalam kelompok home industri tergolong masuk ata cukup. Petani sayuran sebanyak 90 persen itu ada dipinggiran tanah induk yang vrasanya bisa amenjadi diversifikasi. Dan 1 atau 10 orang didalam pengabdian masyarakat seringkali tetap memiliki kekurangan tenaga baik dari sektor bergabung ke ud omah sayur dan sebagian menjalankan aktivitas sendiri.Sedangkan ada 12 orang tidak terhitung karena kurangnya rutin untuk konsultasi. Dan 4,88 persen yang dimiliki oleh pengabdian masih kurang merasa puas terutama dalam menyikapi pekerjaan.

Pandangan pengabdian terhadap keberadaan sayura dan UD Omah Sayur adalah terlalu banyak sayuran yang anorganik. Sehingga bahan yang dibutuhkan sesuai takaran yang baik. Untuk penmabahan pembelian ada diskon tersebut perlu penekanan pada kondisi bahan sayuran organik yang berbeda. Baik dari tekstrur maupun kondisi tanah yang berbeda.Strategi yang dipakai dalam pemberian konsep intrepreneur .

Yang menjadi terobosan pada tabel 5 ini bagaimana cara memberikan akomodasi atau bantuan kepada kelompok tani agar bisa mandiri. Tabel 5 menyajikan bahwa 22 orang anggota

kelompok petani sayuran organik dan anorganik atau sebesar 65%. Direkomendasi kegiatan program pengabdian ini dan sisanya sebanyak 12 orang atau sebesar 35% sangat direkomendasi terhadap program pengabdian ini.

Tabel 6. Umpan balik terhadap Pemberian Rekomendasi

No	Variabel Umpan Balik	Prioritas	Kuantitas	Persentase(%)
1.	Rekomendasi, kegiatan abdimas ini, untuk kegiatan abdimas berikutnya	Tidak setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		setuju	22	65
		Sangat setuju	12	35
	Total		34	100
2.	Alokasi waktu untuk abdimas berikutnya.	Tidak setuju	0	0
		Kurang setuju	0	0
		setuju	26	80
		Sangat setuju	8	20
	Total		34	100



Gambar 7. Diskusi dengan pengelola UD Omah Sayur

Pada tabel 6. menampilkan bahwa kondisi UD Omah Sayur perlu support dan dukungan dari Pemerintah Desa maupun Pemerintah Kabupaten. Sebagai berbentuk kepedulian perlunya pendampingan yang bersifat berkelanjutan. Hal ini dibuktikan bahwa perlu ada tambahan pekerja sebanyak 26. Akan tetapi dari beberapa kelompok bergabung untuk menjual dan membantu memasarkan sayuran.

Beberapa tahapan yang diambil dari berbagai kesimpulan. Bahwa UD Omah Sayur memiliki mitra yang ikut serta dalam memberdayakan kepada pelanggan. Biasanya pada musim liburan banyak masyarakat luar kota pesanan banyak sekali bahkan ada yang dibawa keluar daerah. Hal ini akan meningkatkan pendapatan UD. Omah Sayur terutama sayuran organik. Untuk selanjutnya bahan tersebut dibungkus dengan yang rapi dan kemasan yang menarik. Pengabdian memberikan alternatif pilihan, dengan desain yang seperti diberikan dalam materi UD. Omah sayur akan menjadi langganan yang semakin dikenal. Dalam konsep penjualan ada yang dinamakan pedagang tengkulak dan pedagang grosir. Sementara pedagang tengkulak kadang di jual kembali dengan harga yang terjangkau.

Aktivitas pengabdian terhadap luaran yang dapat dimanfaatkan

Untuk menambah pengetahuan cara budidaya tanaman singkong atau ketela pohon harus disertai dengan konsep Good Agriculture Practise (GAP) Dengan model yang dilakukan seperti ketela pohon akan memiliki konsep keatanan pangan dan konsep pemberdayaan para sarjana pertanian untuk ikut berpartisipasi dan berprofesi dibidang pengembangan. Satu hal yang aling penting dalam mengikutkan para peneliti dengan ahli pemuliaan tanaman dan teknologi benih sayuran yang menjadi harapan masyarakat pertanian.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian di UD Omah Sayur dapat disimpulkan bahwa :

1. Kesenambungan pengabdian sudah cukup baik anggota kelompok petani sayuran dari tahun ketahun mengalami peningkatan.
2. Umpan balik nara sumber dengan angka 70 persen terkatagori baik dan cukup signifikan terhadap peningkatan sayuran, sedangkan sisa dari 30 persen perlu dukungan dan pembinaan yang berkelanjutan
3. Umpan balik terhadap ruangan tergolong masuk kategoro cukup, sebanyak 90 persen ada di pinggiran tanah induk yang bisa menjadi diversifikasi.
4. Aspek kekurangan tenaga menjadi salah satu sebab bergabung ke UD Omah Sayur dan sebagian menjalankan aktivitas sendiri.
5. Masih cukup banyak sayuran yang anorganik sehingga perlu penekanan pada penyediaan sayuran organik yang berragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Dwi, and Diana Noviyanti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian: Minat Konsumen, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Msdm)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3.5 (2022): 534-545.
- Anna Dwi, Cahyani. "Jual Beli Bawang Merah dengan Sistem Tebasan di Desa Sidapurna Kecamatan Dukuh Turi Tegal (Sebuah Tinjauan Sosiologi Hukum Islam)." (2010).
- Agudo, 2005, *Measuring Intake of Fruit and Vegetables*, (http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/f&v_intake_measurment.pdf) Diakses 8 Januari 2015.
- Almatsier, S, 2010, *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Arisman, 2008, *Gizi dalam Daur Kehidupan*, Buku Kedokteran EGC, Jakarta.
- Aspuah, S, 2013, *Kumpulan Kuesioner dan Instrumen Penelitian Kesehatan*, Nuha Medika, Yogyakarta.
- Bahria & Triyanti, 2010, *Faktor-Faktor yang Terkait dengan Konsumsi Buah Dan Sayur pada Remaja Di 4 SMA Jakarta Barat*. (<http://download.portalgaruda.org/article.php?article>) Diakses 15 Maret 2015.
- Balitbangkes, 2008, *Laporan Hasil Riset Kesehatan DasarIndonesia tahun 2007*, (<http://www.litbang.depkes.go.id>) Diakses 7 januari 2015.
- Farisa, S, 2012, *Hubungan Sikap, Pengetahuan, Ketersediaan dan Keterpaparan Media Massa dengan Konsumsi Buah dan Sayur pada Siswa SMPN 8 Depok Tahun 2012*, Skripsi, Fakultas Kesehatan Masyarakat Program Studi Gizi UI, Depok.
- Fibrihizani, 2012, *Hubungan antara Karakteristik Individu, Orang Tua dan Lingkungan dengan Konsumsi Buah dan sayur pada Siswa SDN Beji 5 dan 7 Depok Tahun 2012*, Skripsi, Fakultas Kesehatan Masyarakat Program Studi Gizi UI, Depok
- Kurniasih, D, 2003, *Buku Pengantar untuk Memilih dan Mengolah Buah dan Sayur Segar*, Gema Utama, Jakarta Utara.
- Kutbuddin, Aibak. *Kajian fiqh kontemporer*. Vol. 1. Kalimedia, 2017.
- Lock, K, 2005, *The Global Burden of disease Attributable to low Consumption of Fruit and Vegetables : Implications for the Global strategy on Diet*. Bulletin of the World health Organization
- Rayhan, M. Afif. *Strategi Pemasaran Produk Sayur Secara by E-commerce di PT. Kedai Sayur Indonesia, Jakarta*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019
- Wibowo, Arien Renita. *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Softlens Yang Expired*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2019.