

**OALAHAN MORINGA OLEIFERA (DAUN KELOR) UNTUK
MENINGKATKAN EKONOMI DESA BANJAREJO***PROCEDURE OF MORINGA OLEIFERA TO IMPROVE THE ECONOMY
OF BANJAREJO VILLAGE***Rahmat Irsyada, Indah Listyorini**

Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro

*Email: indah@unugiri.ac.id, irsyada.rahmat@unugiri.ac.id**ABSTRAK**

Kelor merupakan tanaman yang diketahui memiliki 13 spesies dari pohon kelor yang berada dalam famili Moringaceae, tanaman ini sering ditanam untuk penggunaan medis dan biasa digunakan sebagai makanan dan pakan. Kelor bisa dimanfaatkan dalam berbagai macam industri, yaitu industri makanan, obat-obatan dan minuman. Kelor juga dijuluki sebagai tanaman yang memiliki seribu manfaat, kelor dapat di manfaatkan mulai dari biji, batang, sampai daunnya pun juga bisa dimanfaatkan. Dengan tujuan dari pengabdian ini dapat menambah wawasan masyarakat tentang bagaimana cara mengolah daun kelor dan dapat menjadi peluang usaha bagi ibu-ibu rumahan membantu menambah penghasilannya. Pasca kegiatan, warga memiliki produk layak jual berupa puding SULOR (Susu Kelor), es CAPLOR (Cappucino Kelor) dan teh KECEJE (Kelor Cemplung Jeruk) daun kelor yang telah diberi kemasan dan label. Selain kemampuan menghasilkan produk, warga juga memiliki pengetahuan tentang pemasaran. Pemasaran yang dilakukan menghasilkan umpan balik yang baik karena produk cukup baik diterima oleh masyarakat, untuk selanjutnya dapat melakukan penjualan produk secara offline maupun melalui media sosial.

Kata Kunci : Kelor, Marketing, Banjarejo.

ABSTRACT

Moringa is a plant that is known to have 13 species of the Moringa tree which is in the Moringaceae family, this plant is often grown for medical use and is commonly used as food and feed. Moringa can be used in various industries, namely the food industry, medicine and beverages. Moringa is also dubbed as a plant that has a thousand benefits, Moringa can be used from seeds, stems, to the leaves can also be used. With the aim of this devotion it can add to people's insight about how to process Moringa leaves and can be a business opportunity for housewives to help increase their income. After the activity, residents had products worth selling in the form of SULOR pudding (Moringa Milk), CAPLOR ice (Cappucino Moringa) and KECEJE tea (Kelor Cemplung Jeruk) Moringa leaves which had been packaged and labeled. In addition to the ability to produce products, residents also have knowledge about marketing. Marketing that is carried out produces good feedback because the product is quite well

received by the community, henceforth it can sell products offline or through social media.

Keywords: *Moringa, Marketing, Banjarejo.*

PENDAHULUAN

Kelor merupakan tanaman yang diketahui memiliki 13 spesies dari pohon kelor yang berada dalam famili *Moringaceae*, tanaman ini sering ditanam untuk penggunaan medis dan biasa digunakan sebagai makanan dan pakan (Fitroh Mulyana & Suharso, 2022). Kelor adalah tanaman yang dapat bertahan saat kekeringan dan tumbuh di wilayah yang mempunyai curah hujan 250-1500 milimeter per tahun. Tanaman ini hanya membutuhkan temperature sekitar 25-35C. Tanaman Kelor dapat tumbuh di dataran tandus dan tanah lempung. Banyak ilmuwan yang meneliti manfaat daun kelor serta bagaimana cara pengolahannya.

Pada tahun 2014, proyek konsorsium penelitian ITS-Wismar University, Sustainable Island Development Initiatives (SIDI) mempublikasikan kegunaan tanaman kelor. Kelor bisa dimanfaatkan dalam berbagai macam industri, yaitu industri makanan, obat-obatan dan minuman. Kelor juga dijuluki sebagai tanaman yang memiliki seribu manfaat, kelor dapat dimanfaatkan mulai dari biji, batang, sampai daunnya pun juga bisa dimanfaatkan.

Tanaman kelor tumbuh banyak dipekarangan warga, namun masih minim pengetahuan tentang pengolahan kelor yang dapat menjadi peluang untuk dijadikan usaha. Kebanyakan warga mengambil daun kelor hanya untuk dijadikan pakan ternak dan sayur. Minimnya pengetahuan cara mengolah kelor menjadi salah satu alasan penelitian ini. Dengan tujuan dari penelitian ini dapat menambah wawasan masyarakat tentang bagaimana cara mengolah daun kelor dan dapat menjadi peluang usaha bagi ibu-ibu rumah tangga dalam membantu menambah penghasilan keluarga.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode ABCD yang menyesuaikan kondisi wilayah desa Banjarejo yang sudah maju sehingga sangat sulit mencari problem yang ada di desa. Dengan menggunakan metode ABCD mempermudah dalam melakukan pengabdian masyarakat ini.

Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam pendampingan masyarakat adalah dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development* (ABCD). Secara umum pengertian ABCD adalah pendekatan pengembangan masyarakat yang didasarkan pada aset lokal yang terdapat di suatu wilayah. Aset tersebut dikembangkan sehingga dapat memecahkan masalah-masalah yang terdapat di wilayah di mana proses pemberdayaan dilaksanakan. (Suroiyah & Hikmawati, 2021).

Tujuan dari proses ini adalah terpetakan dan terkelolanya potensi setiap warga masyarakat baik berupa aset maupun kekuatan yang ada. Selanjutnya secara partisipatif masyarakat mampu menjadi aktor-aktor perubahan dengan kekuatan, inisiatif, serta kreativitas mereka sendiri. Dengan proses tersebut masyarakat akan menemukan makna keberdayaan, perubahan, kemandirian dan berkelanjutan program yang mereka lakukan.

Selain menggunakan metode ABCD, tim pengabdian juga menggunakan pendekatan atau metode *Service Learning* (SL) untuk memberikan pelatihan kepada warga dalam menambah wawasannya tentang pemasaran produk yang akan dikembangkan. *Service Learning* adalah salah satu metode pembelajaran yang memberikan penekanan pada aspek praktis dengan mengacu pada konsep *Experiential Learning* yaitu penerapan pengetahuan perkuliahan ditengah-tengah masyarakat/ komunitas sekaligus berinteraksi dengan masyarakat/ komunitas dan menjadi solusi terhadap persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat atau komunitas, sehingga mampu menerapkan secara nyata peran mahasiswa dan kampus dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat. (Agus Afandi dkk, 2022)

SL ini dimaksudkan untuk mengintegrasikan pembelajaran ke dalam kegiatan pengabdian masyarakat atau Kemitraan Universitas–Masyarakat (KUM). Masyarakat diberikan pengetahuan tentang bagaimana cara memanfaatkan sumber daya alam sekitar dan cara memasarkannya untuk terus kreatif dan inovatif terhadap lingkungan sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survey dan observasi menggambarkan adanya permasalahan, potensi dan alternatif pemecahan masalah yang dapat dikerjakan bersama dengan warga. Alternatif pemecahan masalah yang ditawarkan mengutamakan kebutuhan dan keinginan warga

sebagai mitra pengabdian. Tim pengabdian menjadi fasilitator dengan mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penerapan hasil penelitian. Beberapa masalah dan potensi yang ada di lokasi pengabdian adalah (1) Warga tidak memiliki keahlian lain di luar pekerjaannya baik sebagai buruh harian, pedagang, ibu rumah tangga dan pekerjaan tidak tetap lainnya. (2) tingkat ekonomi warga menengah ke bawah dengan pekerjaan warga produktif tidak menentu dan penghasilan menurun di masa pandemi Covid-19. (3) Pekarangan sedikit dan bukan berupa tanah yang dapat ditanam. (4) Keterampilan budidaya tanaman rendah. (5) Pengetahuan terhadap pengolahan tanaman kelor kurang.

Pengembangan produk merupakan penciptaan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada, dengan menambahkan modifikasi pada produknya, melalui rasa, aroma, dan bentuk. Hal ini sangat penting dalam menunjang keberhasilan dalam meningkatkan hasil penjualan. Pengembangan produk melibatkan modifikasi terhadap produk yang ada saat ini mengenai penciptaan produk baru, namun terkait pemasaran produk pada pelanggan melalui *digital marketing* yang sudah mengikuti perkembangan digital.

Program pengabdian kepada masyarakat ini secara berurutan dimulai dari sosialisasi tanaman kelor dan pemanfaatannya, pelatihan pembuatan olahan dari daun kelor, pelatihan branding dan *digital marketing* dan launching produk olahan daun kelor bersama ibu-ibu PKK. Pada tahap awal ibu-ibu PKK dikumpulkan di Balai desa Banjarejo untuk melakukan sosialisasi tanaman kelor dan manfaatnya. Kegiatan ini diperlukan karena tidak semua warga mengetahui tanaman kelor dan kandungan gizi yang ada di dalam tanaman tersebut serta manfaat dari tanaman ini (Gambar 1). Daun kelor memiliki kandungan gizi seperti karbohidrat, protein, lemak, kalsium, magnesium, phosphor, potassium, dan berbagai macam vitamin yang ditunjukkan pada Tabel 1. (Singh et al. 2015). Beberapa penelitian membuktikan bahwa kandungan senyawa pada *Moringa oleifera* L memiliki potensi sebagai obat dan memiliki bioaktivitas. Bioaktivitas tersebut adalah aktivitas sebagai antiinflamasi, antifungi, antibiotik dan antikanker, dan antioksidan (Pandey et al. (2012).



Gambar 1 sosialisasi tanaman *Moringa oleifera* dan Manfaatnya

Selain dimasak menjadi olahan sayur, daun kelor juga dapat dibuat menjadi puding SULOR (Susu Kelor), es CAPLOR (Cappucino Kelor) dan teh KECEJE (Kelor Cemplung Jeruk). Proses pembuatan produk olahan ini dilakukan bekerjasama dengan ibu-ibu PKK desa Banjarejo. Pembuatan produk ini mudah dan peralatan yang digunakan relatif sederhana dan rendah modal. Tujuan pelatihan pembuatan produk ini adalah untuk meningkatkan keterampilan warga sasaran dalam mensejahterakan keluarga dalam hal kesehatan dan ekonomi, sehingga dapat menjadi salah satu alternatif dalam menghadapi masa pandemi Covid-19. Produk olahan rumah tangga ini dapat dikembangkan dan dipasarkan melalui UMKM maupun dipasarkan secara mandiri oleh warga (Gambar 2).



Gambar 2 pelatihan pembuatan produk olahan *Moringa oleifera*

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan branding dan *digital marketing* (gambar 3). Pelatihan ini diadakan guna membantu ibu-ibu PKK dalam pemasaran produk.

Dalam pelaksanaannya branding sangat penting untuk sebuah produk agar seorang pembeli tertarik dengan produk yang dipasarkan. Di era digital baik anak-anak sampai orang dewasa tidak jauh dari kecanggihan gadget terutama sosial media, banyaknya platform sosial media kini mempermudah dalam mencari dan menyebar informasi. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, IG, WA dan platform sosial media lainnya dapat melakukan pemasaran yang lebih mudah hemat biaya, sehingga untuk ibu-ibu PKK yang mayoritas pekerjaannya buruh tani dan IRT pelatihan ini sangat cocok untuk melakukan pemasaran produk tanpa memikirkan waktu, biaya, dan pekerjaan dalam menambah penghasilan.



Gambar 3 pelatihan branding produk dan *digital marketing*

Pada tahap terakhir (gambar 4) yang kami lakukan adalah launching produk olahan dari daun kelor yang diresmikan oleh kepala desa Banjarejo disaksikan bersama mahasiswa KKN-T UNUGIRI bersama ibu-ibu PKK. Kegiatan ini guna meresmikan produk yang akan menjadi peluang bagi ibu-ibu PKK untuk menambah penghasilannya.



Gambar 4 launching produk bersama ibu-ibu PKK

Paska kegiatan, warga memiliki produk layak jual berupa puding SULOR (Susu Kelor), es CAPLOR (Cappucino Kelor) dan teh KECEJE (Kelor Cemplung Jeruk) daun kelor yang telah diberi kemasan dan label. Selain kemampuan menghasilkan produk, warga juga memiliki pengetahuan tentang pemasaran produk untuk selanjutnya dapat melakukan penjualan produk secara offline maupun melalui media sosial. Pemasaran offline adalah situasi ketika seorang pelaku usaha menawarkan atau menjual produk-produknya secara langsung baik kepada konsumen perorangan maupun bisnis (Rhonda dan Abram, 2008). Sedangkan pemasaran online adalah pemasaran melalui digital atau perangkat lunak yang secara luas akan mampu menjangkau lebih banyak konsumen. Pemasaran offline dalam produk olahan kelor ini berupa penawaran langsung kepada konsumen, dari pintu ke pintu atau membuka lapak untuk menyajikan produknya. Kemudian pemasaran secara online, warga bisa memanfaatkan platform media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram dan lainnya dengan menggunakan gambar produk yang bagus dan menarik untuk menarik minat pembeli.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah menjadikan warga di Desa Banjarejo memiliki pengetahuan dan keterampilan pengelolaan pekarangan dan pembuatan produk olahan berbahan baku tanaman kelor. Kegiatan ini dapat menjadi ladang bisnis yang dapat membantu keuangan keluarga serta meningkatkan kesehatan serta kesejahteraan warga. Keterampilan ini diharapkan dapat menjadi modal warga

untuk lebih kreatif dalam menghadapi masa pandemi covid. Saran yang dapat disampaikan adalah perlu adanya keberlanjutan program dan kerjasama dengan berbagai instansi terkait guna membantu warga memasarkan produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitroh Mulyana, F., & Suharso, P. (2022). Strategi Pengembangan Olahan Daun Kelor Rumah Marronggih Di Sukorejo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 15–20. <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.22303>
- Suroiyah, E. N., & Hikmawati, S. A. (2021). *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Peran ABCD Pada KKN-DR (Kuliah Kerja Nyata Dari Rumah) Di Era Covid-19 Tahun 2021 Evi Nurus Suroiyah 1* , *Sholihatul Atik Hikmawati 2*). 2, 32–40. <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/akad/article/view/207>.
- Amarul, A., Sukirno, S., & Andari, A. (2018). Pemahaman pentingnya kemasan terhadap pelaku usaha berdasarkan rentang variasi lama usaha. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(6), 610–618
- Andriani, D., & Toha, M. (2012). *Metode Penelitian*. Universitas Terbuka.
- Anggraini, T., Dewi, Y. K., & Sayuti, K. (2017). Karakteristik sponge cake berbahan dasar tepung beras merah, hitam, dan putih dari beberapa daerah di Sumatera Barat. *Jurnal Litbang Industri*, 7(2), 123-136.
- Singh, R. S. G., Negi, P. S., & Radha, C. (2013). Phenolic composition, antioxidant and antimicrobial activities of free and bound phenolic extracts of Moringa oleifera seed flour. *Journal of Functional Foods*, 5(4), 1883- 1891.
- Imam, R. H., Primaniarta, M., & Palupi, N. S. (2014). Konsistensi mutu pilus tepung tapioka: identifikasi parameter utama penentu kerenyahan. *Jurnal Mutu Pangan*, 1(2), 91-99.
- Kasolo, J. N., Bimenya, G. S., Ojok, L., Ochieng, J., & Ogwal-Okeng, J. W. (2010). Phytochemicals and uses of Moringa oleifera leaves in Urganan rural communities. *Journal of Medicinal Plants Research*, 4(9), 753- 757