

MENAIKKAN GENGGI PRODUK UKM BERBAHAN BAKU DAUN KELOR MELALUI REBRANDING DAN PEMASARAN ONLINE

Mustika Winedar^a, Nur Sayidah^b, Alvy Mulyaning Tyas^c

^aEkonomi dan Bisnis / Akuntansi, mustika.winedar@unitomo.ac.id, Universitas Dr. Soetomo

^bEkonomi dan Bisnis / Akuntansi, nur.sayidah@unitomo.ac.id, Universitas Dr. Soetomo

^cEkonomi dan Bisnis / Akuntansi, alvy.mulyaning@unitomo.ac.id, Universitas Dr. Soetomo

ABSTRACT

This community service program partners with SMEs producing Moringa leaf powder capsules who have problems with low sales levels and limited marketing reach. This community service activity aims to increase sales of Moringa leaf powder capsule products through rebranding strategies and the use of online marketing media. The rebranding strategy allows the product to be better known to the public from the name that the product bears. Meanwhile, product marketing through online media has several advantages, including unlimited marketing area coverage and low cost. The implementation of this community service activity is carried out using the Focus Group Discuss method in order to finalize the rebranding plan and online marketing strategy, which is followed by the mentoring method. The results of this activity were the creation of a new Moringa brand, new packaging designs, social media accounts as online marketing tools, obtaining P-IRT permits and distribution permits for herbal supplements from BPOM. By looking at the available market share which is still quite wide, and the availability of abundant raw materials, the implementation of rebranding strategies and online marketing can increase sales of Moringa leaf powder in capsule form, thereby increasing partner income.

Keywords: Moringa, Branding, Marketing, Online

Abstrak

Program pengabdian masyarakat yang bermitra dengan UKM produsen kapsul serbuk daun kelor yang memiliki permasalahan pada tingkat penjualan yang rendah dan jangkauan pemasaran yang terbatas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan penjualan produk kapsul serbuk daun kelor melalui strategi *rebranding* dan pemanfaatan media pemasaran *online*. Strategi *rebranding* memungkinkan produk lebih dikenal masyarakat dari nama yang disandang produk. Sedangkan memasarkan produk melalui media *online* memiliki beberapa kelebihan diantaranya jangkauan area pemasaran yang tidak terbatas dan berbiaya murah. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode *Focus Group Discuss* dalam rangka mematangkan rencana *rebranding* dan strategi pemasaran online, yang dilanjutkan dengan metode pendampingan. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya *brand* baru *Moringga*, desain kemasan baru, akun media sosial sebagai sarana pemasaran *online*, mendapatkan izin P-IRT dan izin edar untuk jenis suplemen herbal dari BPOM. Dengan melihat pangsa pasar yang tersedia masih cukup luas, dan ketersediaan bahan baku yang melimpah, penerapan strategi *rebranding* dan pemasaran *online* dapat meningkatkan penjualan serbuk daun kelor dalam bentuk kapsul ini, sehingga dapat meningkatkan penghasilan mitra.

Kata Kunci: Branding, Kelor, Online, Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Indonesia sangat kaya akan berbagai jenis tumbuhan obat. Diperkirakan terdapat kurang lebih 40.000 jenis tumbuhan obat yang dikenal di seluruh dunia dan 30.000 jenis diantaranya tumbuh di Indonesia. Pemanfaatan tanaman sebagai obat atau jamu telah berlangsung sejak ribuan tahun yang lalu di kalangan masyarakat. Bahkan pemanfaatan obat herbal yang berkhasiat menyembuhkan penyakit telah menjadi bagian budaya masyarakat dalam menyelesaikan masalah kesehatan.

Bagian tumbuhan yang biasanya dimanfaatkan sebagai obat antara lain bagian daun, batang, buah, serta biji buah. Salah satu tumbuhan yang dapat dimanfaatkan baik daun, buah, maupun biji buah-nya adalah tanaman kelor (*Moringa Oleifera*).

Di Indonesia, pemanfaatan tanaman kelor untuk kesehatan dan pengobatan belum dikenal luas oleh masyarakat. Sejauh ini, dalam tradisi masyarakat, daun dan buah kelor biasa dikonsumsi sebagai sayur yang dihidangkan bersama nasi dan lauk pauk. Bahkan dalam kearifan lokal budaya Jawa, daun kelor dipersepsikan memiliki kekuatan magis yang dapat difungsikan sebagai penolak energi negatif, peluruh jimat, dan bahan untuk memandikan jenazah (Haidar and Utama, 2016). Padahal dibalik penampilan fisik daun kelor yang berbentuk oval dengan ukuran kecil dan bersusun majemuk dalam satu tangkai, terkandung berbagai zat yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Seperti vitamin A, vitamin B, vitamin C, kalsium, zat besi, dan asam amino yang berfungsi sebagai anti oksidan [Haidar dan Utama, 2016], (Misra and Misra, 2014). Oleh karena itu perlu adanya inovasi dalam mengolah daun kelor menjadi suatu produk yang dapat diterima masyarakat agar kandungan nutrisi dalam daun kelor dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh tubuh manusia, seperti dibuat menjadi serbuk kering dengan maksud untuk mempermudah pemanfaatannya sebagai bahan pangan fungsional dan pengawetan alami.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini bermitra dengan UKM yang memproduksi dan memasarkan kapsul serbuk daun kelor dengan merk “SH” yang berlokasi di Desa Banjarrejo Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Permasalahan UKM Mitra dalam menjalankan usaha yang telah dirintis sejak 2016 dapat diidentifikasi sebagai berikut, pertama tingkat penjualan produk masih rendah, dan kedua jangkauan pemasaran terbatas.

Target yang ingin dicapai dari program pengabdian ini adalah menghasilkan brand baru untuk produk kapsul serbuk daun kelor yang mampu menghilangkan sugesti bernuansa mistik pada daun kelor. Selain itu kemasan juga didesain sedemikian rupa sehingga menampilkan kesan modern dan ceria, untuk mengikis kesan tradisional dan suram yang terlanjur melekat pada produk berbahan daun kelor ini. Target berikutnya adalah membuat website yang berfungsi sebagai sarana publikasi informasi terkait produk, seperti manfaat produk, cara dan aturan mengkonsumsi, cara mendapatkan produk, dan lain-lain. Serta memanfaatkan jaringan marketplace dan akun media sosial untuk pemasaran dengan jalur online. Dan sebagai tambahan UKM kapsul serbuk daun kelor ditargetkan mendapatkan izin Pangan-Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan izin edar dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kandungan Nutrisi Daun Kelor

Kelor merupakan tanaman dengan daun berbentuk bulat telur kecil-kecil yang bersusun majemuk dalam satu tangkai ini telah dikenal di seluruh dunia sebagai tanaman yang mengandung banyak khasiat bagi kesehatan, dan WHO telah merekomendasikan pemanfaatan daun kelor ini untuk mengatasi masalah malnutri (Aminah, Ramdhan and Yanis, 2015). Daun kelor mengandung banyak kalsium, zat besi, protein, vitamin A, vitamin B, dan Vitamin C, serta asam amino yang berfungsi sebagai anti oksidan (Misra and Misra, 2014), (Simbolan, Katharina and Sitorus, 2008). Bahkan kandungan zat besi dalam daun kelor lebih tinggi dari sayuran lain yaitu sebesar 17,2 mg/100 g (Yameogo *et al.*, 2011). Kandungan Vitamin C pada daun kelor setara dengan kandungan vitamin C pada 7 buah jeruk, kandungan vitamin A pada daun kelor setara 4 buah wortel, dan kandungan kalsium pada daun kelor setara dengan kandungan kalsium dalam 4 gelas susu (Mahmood, Mugal and Haq, 2010). Selain itu daun kelor juga mengandung berbagai asam amino yang berfungsi sebagai anti oksidan (Simbolan, Katharina and Sitorus, 2008). Penelitian terdahulu juga membuktikan bahwa daun kelor mengandung zat fenol dalam jumlah sangat banyak, zat fenol dikenal sebagai penangkal senyawa radikal bebas (Verma, A.R., Vijayakumar, M., Mathela and Rao, 2009). Sebagai tanaman dengan kandungan nutrisi yang lengkap dan dalam jumlah banyak, maka mengkonsumsi daun kelor dapat menyembuhkan berbagai penyakit, itulah mengapa kelor disebut juga dengan istilah “*The Miracle Tree*”.

Tabel 1. Kandungan Nutrisi Daun Kelor

Kandungan Nutrisi	Daun Kelor Segar	Daun Kelor Kering
Kadar air (%)	94.01	4.09
Protein (%)	22.7	28.44
Lemak (%)	4.65	2.74
Kadar abu (%)	-	7.95
Karbohidrat (%)	51.66	57.01
Serat (%)	7.92	12.63
Kalsium (mg)	350-550	1600-2200
Energi (Kcal/100g)	-	307.30

Sumber: S. Aminah et al (2015)

Tabel 2. Kandungan Asam Amino per 100 gram Daun Kelor

Kandungan Asam Amino	Daun Kelor Segar	Daun Kelor Kering
Argine	406.6 mg	1.325 mg
Histidine	149.8 mg	613 mg
Isoleusine	299.6 mg	825 mg
Leusine	492.2	1.950 mg
Lysine	342.4 mg	1.325 mg
Methionine	117.7 mg	350 mg
Phenylalanine	310.3 mg	1.388 mg
Threonine	117.7 mg	1.188 mg
Trythophan	107 mg	425 mg
Valine	374.5 mg	1.063 mg

Sumber: S. Aminah et al (2015)

2.2. Manfaat Daun Kelor bagi Kesehatan

Sebutan *the miracke tree* disematkan untuk tanaman kelor mengingat seluruh bagian dari tanaman ini mulai dari daun, buah, biji, bunga, kulit batang, hingga akar memiliki kandungan yang bermanfaat untuk mengatasi berbagai masalah kesehatan, seperti gangguan penglihatan akibat kekurangan vitamin A, gangguan pada kulit berupa penyakit beri-beri, kulit pecah-pecah, dan dermatitis akibat kekurangan vitamin B1, B2, dan B3, gangguan pada rongga mulut seperti sariawan dan gusi berdarah akibat kekurangan vitamin C, gangguan osteoporosis akibat kekurangan kalsium, anemia akibat kekurangan zat besi (Britany and Sumarni, no date).

Penelitian terdahulu lainnya juga melaporkan bahwa penyakit hepatitis atau radang hati dapat disembuhkan dengan ekstrak daun kelor yang kaya akan kandungan antioksidan alami, serat alami, betakarotene, omega 3, dan klorofil (Wahyuni *et al.*, 2013). Selain itu, tekanan darah tinggi pada penderita hipertensi juga terbukti dapat diatasi dengan mengkonsumsi air rebusan daun kelor (Yanti and Novia, 2017). Ekstrak daun kelor yang diberikan kepada pasien hipertensi dengan hiperkolesterolemia dapat menurunkan tekanan darah sistolik, diastolik, LDL kolesterol, trigliserida, dan meningkatkan HDL kolesterol (Affan, 2018).

2.3. Daun Kelor dalam Kearifan Lokal Budaya Nusantara

Budaya Nusantara sangat kaya akan kearifan lokal yang memiliki nilai-nilai luhur yang perlu dilestarikan. Dalam tradisi budaya masyarakat Indonesia, seperti Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara Barat (NTB) masih kental dengan kekuatan supranatural, dan adanya kepercayaan terhadap kemampuan magis dari daun kelor dalam mengalahkan kekuatan negatif yang mengganggu kehidupan (Haidar and Hutama, 2016).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Untuk itu metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan cara pendampingan dan bimbingan intensif yang tahapan pelaksanaannya adalah sebagai berikut.

3.1. Focus Group Discuss (FGD)

Dalam FGD yang diikuti oleh seluruh team pengabdian, UMKM mitra, anggota komunitas Usaha Mikro Obat Tradisional (UMOT) dan Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT), serta perwakilan perangkat Pemerintah Desa setempat dimaksudkan untuk menggali informasi terkait analisis situasi usaha produktif yang digeluti mitra, seperti informasi tentang cara produksi, cara pemasaran produk, ketersediaan bahan baku, hambatan-hambatan yang dialami dalam menjalankan usaha, target potensial yang dituju oleh produk termasuk mengidentifikasi kompetitor terdekat. Didiskusikan pula karakter brand untuk mendefinisikan value brand yang diberikan kepada produk dan bagaimana cara penyampaian value tersebut kepada konsumen, baik melalui label, logo, brand, dan desain kemasan. Dalam penentuan nama Brand baru, nama Brand harus memiliki keunikan, sulit ditiru namun mudah diingat, serta memiliki arti yang luas untuk mengantisipasi ekspansi bisnis dimasa datang. Proses penentuan nama Brand ini menggunakan beberapa tools yang tersedia antara lain : Business Name Generator dari Shopify, Business Name Generator dari BiznameWiz, dan Company Name Generator dari NameMesh. Penentuan Slogan, slogan yang baik harus memenuhi syarat dapat mewakili Brand dengan singkat dan deskriptif, mudah dikenali, bisa jadi headline kartu nama atau media sosial. Penentuan Penampilan dan Gaya Brand, penampilan dan gaya brand disesuaikan dengan karakteristik target pasar yang dituju melalui pemilihan warna dan pilihan font yang

sesuai. Untuk memperoleh tampilan dan gaya Brand yang baik dapat memanfaatkan tools Styfy.me dan FontPair.

3.2. Pendampingan

Team pengabdian mendampingi mitra dalam proses rebranding produk kapsul serbuk daun kelor untuk menghasilkan brand baru yang lebih menjual dan modern, serta mendampingi dalam proses mendisain ulang kemasan produk dan memberikan masukan-masukan penting lainnya. Membuat desain logo, logo menjadi wajah dari brand yang sedang dibangun, sehingga logo harus dapat mewakili nilai, visi, misi dari brand secara visual, mudah diingat, dan unik.

Team juga melakukan pendampingan pembuatan perizinan usaha, ketika bisnis sudah berjalan cukup baik, pembuatan izin usaha merupakan hal yang sangat penting karena akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan perusahaan lebih profesional dimata konsumen. Sesuai Permenkes No 007 tentang Registrasi Obat Tradisional, Pasal 2 ayat (1) bahwa obat tradisional yang diedarkan di wilayah Indonesia wajib memiliki izin edar yang dikeluarkan oleh Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui proses rebranding dengan diskusi yang panjang antara team pengabdian dan mitra nama brand disepakati yang memiliki arti yang luas untuk mengantisipasi ekspansi bisnis dimasa datang dan memberikan kesan kekinian sehingga dapat mengurangi kesan mistis pada daun kelor. Nama “Moringa” dipilih sebagai brand produk ini. Nama tersebut diambilkan dari nama latin daun kelor “Moringa Oleivera”. Pemilihan warna orange pada brand “Moringa” dimaksudkan memberi kesan ceria dan secara psikologis warna orange banyak digunakan untuk menarik perhatian orang. Selain itu kemasan juga dirancang untuk menampilkan kesan elegan dan berkelas, yaitu dengan menambahkan kemasan karton selain kemasan botol plastik. Penambahan kemasan karton ini memang menaikkan harga pokok produk, namun dengan peningkatan penjualan akan memberikan margin yang cukup untuk menutup kenaikan harga pokok produk.

Adapun untuk kepentingan pemasaran produk secara online telah dibuat website dengan alamat <https://mustikaorganic.blogspot.com/?m=1> yang mana website tersebut akan disambungkan pada jaringan marketplace yang mempermudah masyarakat umum mengakses informasi terkait produk dan pembelian produk. Setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diharapkan para peserta dapat memahami pentingnya mengetahui pencatatan dan penyusunan laporan keuangan (tingkat dasar) yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan. Berikut aspek substansi dari pelatihan ini:



Gambar 1. Brand Baru, Logo, Label, dan desain Kemasan



Gambar 2. Tampilan Baru Produk Kapsul Serbuk Daun Kelor

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Hasil kegiatan pendampingan proses branding untuk memasyarakatkan produk kapsul daun kelor menghasilkan brand baru “Moringga” untuk memberikan kesan modern pada produk.
2. Tampilan label baru dengan warna orange mencolok sengaja dipilih karena warna ini secara psikologis didefinisikan dapat menarik perhatian orang, dan dengan warna yang cerah ini menghilangkan kesan mistis yang melekat pada daun kelor.
3. Kemasan kapsul serbuk daun kelor selain dikemas dalam botol plastik dan kemasan karton. Penggunaan kemasan karton ini meningkatkan kualitas kapsul serbuk daun kelor karena tidak langsung terkena sinar matahari.
4. Untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan memperluas jangkauan pemasaran memanfaatkan media online dengan membuat website <http://mustikaorganic.blogspot.com>. Dalam jangka waktu kurang dari 1 bulan setelah dibuat, website ini telah dikunjungi 329 visitor dan mendapat respon yang cukup baik.
5. Produk kapsul serbuk daun kelor telah mendapatkan izin Pangan-Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan izin edar dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).

5.2 Saran

Saran utama yang dapat diberikan dari kegiatan ini adalah perlu adanya pemeliharaan website secara rutin untuk memperbaiki informasi. Untuk selanjutnya perlu dikembangkan varian produk baru selain produk kapsul serbuk daun kelor misalnya produk sabun daun kelor dan masker wajah daun kelor, mengingat kandungan vitamin C pada daun kelor yang tinggi bermanfaat untuk kesehatan kulit.

DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. (2018) Pengaruh Ekstrak Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Terhadap Tekanan Darah , Hdl, Ldl Dan Trigliserida Pada Pasien Hipertensi Dengan Hiperkolesterolemia.
- Aminah, S., Ramdhan, T. And Yanis, M. (2015) ‘Syarifah Am Inah Et. Al. : Kandungan Nut Risi Dan Sifat Fungsional Tanam An Kelor (*M Oringa Oleifera*)’, Buletin Pertanian Perkotaan, 5(30), Pp. 35–44.
- Britany, M. N. And Sumarni, L. (No Date) ‘Pembuatan Teh Herbal Dari Daun Kelor Untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Selama Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Limo’.
- Haidar, D. A. And Hutama, F. S. (2016) ‘Persepsi Masyarakat Jawa Terhadap Tumbuhan Kelor Di Kecamatan Ambulu Jember’, Seminar Nasional Pendidikan, 1.
- Mahmood, K. T., Mugal, T. And Haq, I. U. (2010) ‘*Moringa Oleifera*: A Natural Gift-A Review’, Journal Of Pharmaceutical Sciences And Research, 2(11), Pp. 775–781.
- Misra, S. And Misra, M. K. (2014) ‘Nutritional Evaluation Of Some Leafy Vegetable Used By The Tribal And Rural People Of South Odisha, India’, J. Nat. Prod. Plant Resour, 4(1), Pp. 23–28.
- Simbolan, J. M., Katharina, N. And Sitorus, M. (2008) Cegah Malnutrisi Dengan Kelor.
- Verma, A.R., Vijayakumar, M., Mathela, C. S. And Rao, C. V. (2009) ‘In Vitro And In Vivo Antioxidant Properties Of Different Fractions Of *Moringa Oleifera* Leaves.’, Food Chem. Toxicol, 47, Pp. 2196–2201.
- Wahyuni, S. Et Al. (2013) ‘Uji Manfaat Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) Untuk Mengobati Penyakit Hepatitis B’, Jurnal Kesmadaska, Juli.
- Yameogo, C. W. Et Al. (2011) ‘Determination Of Chemical Composition And Nutritional Values Of *Moringa Oleifera* Leaves’, Pakistan Journal Of Nutrition, 10(3), Pp. 264–268. Doi: 10.3923/Pjn.2011.264.268.
- Yanti, E. And Novia, V. R. (2017) ‘Pengaruh Pemberian Rebusan Daun Kelor (*Moringa Olifera*) Terhadap Tekanan Darah Pada Penderita Hipertensi The Ef ...’, Jurnal Ilmu Kesehatan, 3(1).