

Penyuluhan Manfaat Dan Potensi Potensi Bisnis Daun Kelor Pada Masyarakat Kelurahan Kelor, Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta

Bartolomeus Galih Visnhu Pradana¹, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo^{2*},
Mario Rosario Wisnu Aji³, Tegar Satya Putra⁴, Agatha Mayasari⁵, Yohanes
Mario Pratama⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Atma Jaya Yogyakarta

*Corresponding author

E-mail: Elizabeth.clara@uajy.ac.id

Article History:

Received: Desember 2022

Revised: Desember 2022

Accepted: Desember 2022

Abstract: Merujuk pada konsep *One Village One Product*, menjadi desa yang mandiri, memiliki produk unggulan, dan memiliki masyarakat yang sejahtera tentu menjadi cita-cita yang ingin dicapai semua desa. Namun dalam pencapaiannya sering terkendala berbagai aspek. Desa Kelor merupakan desa yang memiliki potensi sebagai penghasil daun kelor beserta produk turunannya, namun potensi ini masih belum disadari oleh masyarakat. Oleh karena itu diharapkan dengan pengabdian ini mampu memberikan pemahaman baru tentang pentingnya perubahan pola pikir yang lebih maju dan inovatif. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan pendekatan secara langsung dan melakukan penyuluhan awal tentang potensi kesehatan dan bisnis daun kelor. Hasilnya diperoleh bahwa kini sebagian besar warga desa kelor berminat untuk menjadi wirausahawan produk turunan daun kelor ditengah kesehariannya.

Keywords:

Kelor, kesehatan, bisnis, pemberdayaan masyarakat, kewirausahaan, bisnis komunitas

Pendahuluan

Kelurahan Kelor merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Karangmojo, Gunungkidul. Kelurahan Kelor memiliki 6 dusun lainnya dengan masing-masing total penduduk sebagai berikut:

Tabel 1 Data Penduduk Kelurahan Kelor

No	Nama Dusun/Padukuhan	Jumlah RT	Total KK	L	P
1	Karangayu	4	174	277	262
2	Kelor	4	114	196	165
3	Mengger	4	84	120	145

No	Nama Dusun/Padukuhan	Jumlah RT	Total KK	L	P
4	Ngunut Kidul	6	231	341	367
5	Ngunut Lor	4	139	183	199
6	Slametan	4	179	290	264
7	Sudimoro	4	172	267	258
	Total	30	1093	3334	

(Sumber: data diolah, 2022)

Terlihat pada tabel 1 bahwa Kelurahan Kelor memiliki 1.093 KK dengan total penduduk sebanyak 3.334 jiwa. Berdasarkan data dari laman resmi Desa Kelor, disebutkan bahwa mayoritas penduduk di dalamnya bekerja sebagai petani sebanyak +/-750 jiwa, disusul dengan mereka yang belum/tidak bekerja yaitu sebanyak 625 jiwa, masyarakat berprofesi sebagai karyawan swasta sebesar +/-620 jiwa, pelajar sebesar +/-520 jiwa, +/-320 sebagai ibu rumah tangga dan sisanya adalah mereka yang berprofesi sebagai PNS, buruh, dan biraswasta. Jumlah wiraswasta yang ada adalah sebanyak 132 jiwa yaitu 4% dari total populasi di Kelor (<https://desakelor.gunungkidulkab.go.id/>, 2022).

Menurut data statistik yang diperoleh dari laman resmi pemerintah Desa Kelor, sebagian besar penduduk Kelurahan Kelor adalah mereka yang tamat pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 25.32%, tamat SMA/ sederajat sebesar 23.32%, tidak/belum sekolah sebanyak 22.19%, tamat SD sebanyak 10.63% dan sisanya adalah masyarakat yang lulus dengan tingkat pendidikan D1 ke atas (<https://desakelor.gunungkidulkab.go.id/>, 2022). Dari aspek sosial, kondisi kehidupan masyarakat Kelor masih sangat menjunjung nilai kebersamaan. Modal sosial Kelurahan Kelor masih sangat baik, adanya sikap gotong-royong serta peduli terhadap anggota masyarakat menjadi salah satu gambaran bagaimana kehidupan bermasyarakat di Kelurahan Kelor, Kecamatan Karangmojo, Gunungkidul.

Salah satu aspek yang didorong oleh Kelurahan Kelor adalah peningkatan kegiatan kewirausahaan masyarakat desa Kelor. Kewirausahaan sendiri merupakan satu upaya dalam meningkatkan taraf hidup suatu individu. Di tengah semakin sulitnya mencari lapangan pekerjaan, jalan menciptakan suatu bisnis menjadi solusi untuk menumbuhkan kehidupan perekonomian. Kewirausahaan adalah bagian penting dalam pengendalian perekonomian suatu negara (Suherman, 2008). Data dari Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan Deputi

Bidang Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) Destri Anna Sari menjelaskan, rasio kewirausahaan di Indonesia saat ini baru mencapai 3.47% dan jauh tertinggal dengan rasio kewirausahaan negara maju yaitu minimal 12% dari total populasi (Liputan6.com, 2022). Hal ini berarti setiap 100 orang di Indonesia, hanya 3-4 orang di antaranya adalah sebagai wirausahawan. Sedihnya, angka ini tertinggal dengan negara ASEAN lainnya misalnya Singapura yaitu 8.76%, Malaysia dan Thailand yang sudah di atas 4% (Beritasatu.com, 2022). Dikutip dari siaran pers oleh Kementerian Perindustrian RI, Indonesia setidaknya membutuhkan empat juta wirausaha baru dan UMKM baru agar memperkuat struktur ekonomi Indonesia (Kemenperin.go.id, 2018).

Objek dari kewirausahaan adalah masyarakat dengan aktivitas usaha atau bisnis (Margahana & Triyanto, 2019). Masyarakat sebagai kesatuan hidup manusia adalah mereka yang berinteraksi dengan sistem yang bersifat kontinu yang diikat oleh suatu rasa identitas kebersamaan (Koentjaraningrat, 2009). Masyarakat merupakan salah satu aspek yang apabila digerakkan terus menerus untuk berwirausaha akan memberikan dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pengembangan kewirausahaan adalah tanggung jawab bersama dan bukan hanya tanggung jawab pemerintahan setempat. Guna meningkatkan minat kewirausahaan. Perlu kerjasama antara kaum intelektual dan pemerintah serta masyarakat bersinergi dalam peningkatan pengembangan kewirausahaan di Indonesia

Masyarakat sebagai pendorong kegiatan kewirausahaan setidaknya mampu melahirkan harapan baru di antaranya memunculkan kegiatan bisnis skala mikro, kecil, dan menengah atau yang kerap dikenal sebagai UMKM. Guna mewujudkan hal tersebut, minat dalam berwirausaha merupakan salah satu jalan pertama yang harus ditumbuhkan dalam kehidupan sebuah masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Frinces (2010) yang menyebutkan bahwa memunculkan pembudayaan semangat bisnis yang tinggi merupakan tantangan bagi mereka yang ingin menggerakkan masyarakat sebagai pendorong peningkatan kewirausahaan. Menumbuhkan minat masyarakat haruslah diawali dengan memberikan pemahaman kewirausahaan. Setelah adanya minat berwirausaha di masyarakat, mereka juga perlu memahami kondisi internal maupun eksternal di lingkungannya sehingga dapat menggali potensi bisnis yang ada. Kelurahan Kelor sendiri merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Karangmojo. Berdasarkan data dari website resmi Kelurahan Kelor, terdapat tujuh dusun di antaranya Karangayu, Kelor, Mengger, Ngunut Kidul, Ngunut Lor, Slametan, dan Padukuhan Sudimoro. Kelurahan Kelor sendiri terkenal dengan potensi sumber daya alam yaitu tumbuhan kelor yang

melimpah.

Sampai dengan saat ini, tumbuhan kelor masih dimanfaatkan sebatas dikeringkan kemudian dijual atau diolah menjadi teh seduh. Menurut berita yang dikeluarkan oleh Solopos, Lurah Kelor, Suratman, menjelaskan bahwa teh seduh daun kelor merupakan salah satu produk unggulan di Kelurahan Kelor (Solopos.com, 2022). Kendati demikian, nyatanya belum semua masyarakat mau dan tahu bahwa sumber daya alam yang ada di sekitar mereka mampu diolah menjadi beragam produk baik makanan maupun non makanan yang pada akhirnya mampu menjadi potensi bisnis yang menjanjikan. Tumbuhan kelor sendiri mampu dijadikan beragam produk di antaranya sebagai berikut:

- a. Olahan makanan basah: olahan dapat dilakukan dengan proses merebus atau menumis sebagai sayur, contoh masakan: sayur bening (Purba, 2014).
- b. Olahan Setengah Jadi: dalam bentuk bubuk daun kelor kemudian dijadikan campuran makanan seperti puding kelor, es krim kelor, teh kelor, stik kelor, dan sebagainya (Rohmawati et al., 2017).
- c. Olahan makanan kering: kelor dapat dimanfaatkan menjadi tepung daun kelor yang baik digunakan untuk kegiatan MPASI. Daun kelor selain dimanfaatkan dalam keadaan segar juga dapat dimanfaatkan dalam bentuk kering dan dibuat menjadi tepung (Kurniawan et al., 2020).
- d. Olahan Produk Kecantikan: Dapat dijadikan *body lotion*, masker dan formulasi krim karena daun kelor merupakan bahan alam yang berpotensi untuk melindungi kulit karena kandungan antioksidan yang terdapat didalamnya (Sugihartini & Nuryanti, 2017)

Dari banyaknya potensi olahan daun kelor yang mampu dijadikan potensi bisnis oleh masyarakat Kelurahan Kelor, sebagian besar masyarakat belum memahami serta menaruh minat terhadap pengolahan daun kelor sebagai sumber daya alam yang melimpah di sekitarnya. Banyak masyarakat yang tidak mengetahui keuntungan dan potensi cakupan kewirausahaan yang besar apabila dilakukan dengan masif dan konsisten.

Berdasarkan pemaparan di atas, tentu perlu adanya langkah yang tepat sebagai upaya untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat dalam mengelola sumber daya alam daun kelor. Sejalan dengan adanya potensi alam yang mampu dijadikan bahan dalam mewujudkan kegiatan kewirausahaan di masyarakat Kelurahan Kelor, Karangmojo, Gunungkidul, melalui kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM)

oleh Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, diadakan penyuluhan mengenai potensi bisnis yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat setempat. Selain itu, FBE UAJY melalui dosen selaku narasumber dan fasilitator dalam PPM tersebut akan memberikan sosialisasi mengenai manfaat dari penggunaan daun kelor secara langsung maupun yang telah diolah menjadi produk tertentu. Dengan adanya program ini, diharapkan menjadi langkah awal dalam mengembangkan Kelurahan Kelor secara umum menjadi desa yang maju dilihat dari sisi perkembangan kewirausahaan masyarakat

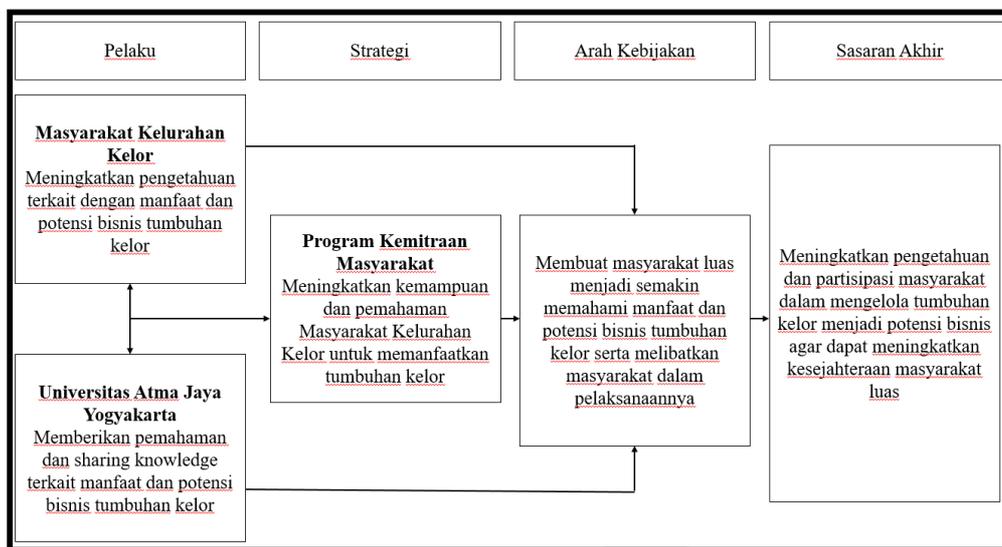
Metode

Lebih lanjut, dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Kelurahan Kelor, Kecamatan Karangmojo, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta, akan diawali dengan pendekatan secara langsung kepada pejabat desa setempat. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang lengkap untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ini dan menghasilkan solusi yang optimal, sehingga langkah yang dilakukan ialah dengan melakukan pengumpulan data dengan observasi/pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

Lebih lanjut, setelah kebutuhan mitra telah terdata, langkah selanjutnya yaitu melakukan proses analisis permasalahan dengan mempertimbangkan informasi yang telah diperoleh kemudian merumuskan solusi atau penyelesaian permasalahan. Dalam hal ini, permasalahan yang terjadi di Kelurahan Kelor, Kecamatan Karangmojo, Gunung Kidul, DIY akan diselesaikan dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat Kelurahan Kelor tentang manfaat serta potensi bisnis yang menjanjikan dari tumbuhan kelor. Dari kegiatan analisis masalah di Kelurahan Kelor, didapatkan pokok rumusan masalah dan solusi yang akan diberikan oleh tim pengabdian yaitu kurangnya minat dalam memahami kegunaan dan potensi daun kelor oleh masyarakat mendorong tim memberikan langkah tepat yang dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan yang menyeluruh tentang manfaat tumbuhan kelor dalam kehidupan sehari-hari sekaligus potensi bisnis yang bisa muncul. Kegiatan program kemitraan masyarakat ini akan berupa pengenalan dan sosialisasi tentang manfaat dan pentingnya tumbuhan kelor dari sisi kesehatan kepada masyarakat Kelurahan Kelor, Kecamatan Karangmojo, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta yang dikemas dalam bentuk penyuluhan. Penjelasan dan pemberian pemahaman dalam mengidentifikasi potensi bisnis yang mungkin muncul dalam melakukan pemanfaatan tumbuhan kelor. Harapannya, melalui penjelasan terkait potensi bisnis daun kelor, masyarakat menjadi sadar akan potensi bisnis yang dapat muncul dan apabila dikelola dengan baik secara bersama-sama akan membuat

Kelurahan Kelor dapat dikenal luas serta tentunya juga akan membuat kesejahteraan masyarakat Kelurahan Kelor akan meningkat.

Implementasi program ini akan dilaksanakan secara sistematis dan komprehensif sehingga hasilnya dapat optimal bagi masyarakat luas. Adapun tahapan dari program kemitraan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Program Kemitraan Masyarakat pada masyarakat Kelurahan Kelor Kecamatan Karangmojo, Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta

(Sumber: Permata, 2017)

Hasil

Kelurahan Kelor secara umum memiliki potensi sumber daya daun kelor yang melimpah. Daun kelor terkenal sebagai salah satu tanaman yang memiliki khasiat yang beragam serta memiliki potensi bisnis yang sangat besar. Berdasarkan wawancara bersama Lurah Kelor, Bapak Suratman serta Kepala Dusun Sudimoro, Bapak Tugiyanto dijelaskan bahwa daun kelor di Kelurahan Kelor saat ini telah dimanfaatkan dan diolah menjadi produk siap jual yaitu serbuk daun kelor, namun pemanfaatannya hanya dilakukan secara perorangan. Selain serbuk kelor, adapula produk teh celup yang sudah diproduksi namun kegiatan pengolahan hanya dilakukan sesekali dan hanya dilakukan oleh sebagian kecil masyarakat Kelurahan Kelor (+10 orang).

Dari wawancara yang dilakukan dan diskusi berlanjut yang dilakukan untuk memetakan masalah. Ditemukan bahwa masalah utama Kelurahan Kelor terletak pada kurang tersosialisasikannya manfaat daun kelor dan potensi bisnis kepada masyarakat sehingga minat masyarakat dalam mengembangkan sumber daya alam Daun Kelor tidak terlalu baik. Sebagian besar masyarakat tidak mengetahui bahwa

daun kelor yang mereka jumpai sehari-hari mampu menjadi potensi bisnis yang menjanjikan karena kelor sendiri merupakan tumbuhan yang kaya akan manfaat dan dapat diolah menjadi berbagai produk olahan yang bernilai jual tinggi.

Menurut Tugiyanto, selaku penggerak program pengembangan daun kelor, masih sangat sedikit masyarakat yang tertarik menekuni bisnis potensial ini. Terhitung sampai dengan tahun 2022, dari 3.334 penduduk Kelor, baru 10 warga yang menekuni bisnis pengolahan Daun Kelor. Dari identifikasi lanjut, akar masalah kurang *aware*-nya masyarakat adalah karena sebagian besar masyarakat masih percaya bahwa menjadi buruh dan menjadi petani adalah pekerjaan yang aliran dananya sudah pasti diterima pada waktu yang diketahui sedangkan tidak semua masyarakat mau mengambil risiko menjadi seorang wirausahawan karena keuntungan yang belum pasti akan diterima dikemudian hari.

Dari permasalahan yang ada, dilakukan kegiatan penyuluhan yang diawali dengan pemaparan apa itu daun kelor dan manfaat daun kelor secara umum. Pemaparan ini dilakukan untuk memberikan informasi akan tingginya manfaat daun kelor pada seluruh lapisan masyarakat Kelurahan Kelor, Kecamatan Karangmojo, Gunungkidul. Dijelaskan oleh pemateri bahwa daun kelor merupakan tumbuhan yang sangat bermanfaat, mulai dari akar, batang, dan daun. Tumbuhan ini termasuk tanaman yang tangguh, bisa tumbuh di suhu ekstrim. Pengolahan tanaman ini berbeda-beda tergantung bagian mana yang akan dilakukan pengolahan. Untuk bagian biji pemanfaatan harus dikeringkan terlebih dahulu, digunakan untuk penyubur tanaman dan pestisida. Untuk bagian daun, daun kelor memiliki banyak nutrisi, untuk obat misalnya untuk penyakit jantung dan hipertensi (akan berfokus pada daun kelor). Kemudian dijelaskan juga manfaat dari Daun Kelor baik yang diolah sebagai makanan basah atau dijadikan bubuk kering. Pemaparan manfaat dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 2 Manfaat Kelor Basah dan Kering dengan Perbandingan Kandungan pada

Makanan Lain

(Sumber: data diolah, 2022)

Dijelaskan juga bahwa untuk daun kelor yang dikeringkan, pengeringan tidak boleh dengan suhu terlalu tinggi karena dapat merusak kandungan zat aktif. Cara pengeringan yang baik yaitu tidak boleh dijemur di terik matahari langsung. Proses pengeringan daun kelor yang baik ialah dengan cara diangin-anginkan. Cara ini dapat dilakukan dengan menggantung daun kelor atau menaruhnya di tampah, lalu dibolak-balik. Apabila menggunakan oven, suhu diatur 40-50 derajat Celsius dan proses pengeringan daun kelor dilakukan maksimal 24 jam. Setelah itu, dijelaskan bahwa pada daun kelor terdapat kandungan antioksidan yaitu senyawa yang bisa menangkal radikal bebas (jika masuk ke tubuh dapat merusak organ, contoh jantung, hipertensi, jantung). Dijelaskan pula manfaat lain dari konsumsi daun kelor yaitu dapat menurunkan kadar gula darah, menurunkan rasa tidak enak badan (pusing) serta dapat meningkatkan kesehatan jantung dan memperbaiki sel-sel yang rusak.

Tabel 2. Hasil Diskusi Sesi 1

Hasil Diskusi (Tanya Jawab Sesi 1)
Pertanyaan/permasalahan:
1. Masyarakat tidak berani menyimpan daun kering karena takut rusak, bagaimana penyelesaiannya?
2. Disebutkan dalam pengeringan maksimal 40 derajat, jika menggoreng peyek lebih dari 40 derajat, apakah kandungan hilang?
3. Jika daun kelor dimasak dengan sayur yang di dalamnya ada perpaduan sayuran lain, apakah khasiatnya akan tetap maksimal?
4. Apakah ada perbedaan kandungan gizi antara sayur muda dan tua? Jika ada, waktu idealnya untuk memasak sayur muda dan tua berapa menit?
5. Bagaimana menghindari jamur saat pengeringan?
6. Apakah ada efek samping dalam mengkonsumsi daun kelor?
Jawaban:
Daun kelor/tanaman ini adalah tanaman yang cukup tangguh akan suhu panas. Yang perlu dipahami adalah daun kelor yang bagus dipanen adalah daun yang umurnya tidak terlalu muda juga tidak terlalu tua. Diusahakan memetik daun yang masih hijau pekat (jangan hijau muda atau bahkan sudah kuning). Pada saat dikeringkan jangan menggunakan palistik klip (karena pori-pori besar). Asalkan proses pengeringan benar dan tidak dipaksakan kering serta tempat

penyimpanannya sesuai (disimpan dibungkus dengan kertas karton coklat atau di-*press* plastik) lalu simpan di ruangan yang sejuk dan tidak di area yang lembab atau langsung terkena sinar matahari sehingga daun kelor tidak rusak (misal: tidak ditumbuhi jamur). Pengeringan daun kelor menggunakan suhu 40 derajat hanya untuk pengurangan air. Jika pengeringan dilakukan dengan suhu lebih dari 40 derajat, maka enzymatic akan rusak.

Jika berbicara tentang pengolahan daun kelor, ketika dimasaka pada suhu di atas 40 derajat maka akan ada zat yang rusak, tetapi tidak semua. Kemudian ketika daun kelor dimasak dengan bahan makanan yang lain, maka kandungan yang hilang akibat pengolahan akan dilengkapi oleh sumber bahan makanan yang lain sehingga akan melengkapi asam amino yang akan masuk ke tubuh kita. Oleh sebab itu, disarankan pada saat pengolahan untuk menambah daun, tanaman, dan kacang-kacangan dengan kelor Hal yang perlu dipahami adalah mengkonsumsi apapun yang berlebihan tentu ada efek samping negatif sehingga baik adanya mengkonsumsi sesuai dengan takaran dan harus diseimbangkan dengan asupan yang lain.

(Sumber : data diolah, 2022)

Pada sesi ke-2 dilakukan pemaparan terkait *marketing mix* secara sederhana yaitu *product, place, promotion, dan pricing*. Pada bagian awal, dijelaskan oleh pemateri bahwa potensi produk yang bisa dihasilkan oleh masyarakat Desa Kelor sangatlah beragam mulai dari produk olahan basah, kering maupun produk kecantikan. Pada produk makanan olahan basah, masyarakat memiliki banyak peluang produksi makanan seperti sayur bening, buntel, dan lain sebagainya. Untuk makanan olahan kering terbagi menjadi dua yaitu olahan berat dan olahan ringan, dipaparkan bahwa olahan kering baik makanan ringan atau berat dari bahan dasar daun kelor dapat berupa rempeyek, kue kering, sosis, kerupuk dan lain sebagainya. Untuk olahan lain yang dapat dijadikan minuman antara lain seduhan daun kelor, susu daun kelor dan lain sebagainya. Pada produk kecantikan, terdapat masker, *handbody lotion* dan sabun yang dapat diproduksi dengan bahan baku kelor.

Setelah sesi *product* selesai, dilakukan penyuluhan mengenai potensi tempat memasarkan produk olahan kelor. Pemateri menitikberatkan pada pemanfaatan saluran distribusi/tempat berjualan di sekitar area Kelurahan Kelor, secara *online* dan "Omah Godhong Kelor". Pada sesi ini disampaikan bahwa kegiatan penyaluran produk dapat melalui toko oleh-oleh maupun *minimarket* terdekat. Melihat potensi toko oleh-oleh di Kabupaten Gunungkidul, hal ini menjadi poin penting dan

menguntungkan bagi masyarakat untuk menyalurkan produk mereka ke toko oleh-oleh yang tersebar di berbagai titik di Kabupaten Gunungkidul. Harapannya, dengan adanya penyaluran produk di toko oleh-oleh yang ada, masyarakat secara luas utamanya mereka yang berasal dari luar Kabupaten Gunungkidul paling tidak memiliki pengetahuan akan adanya produk olahan dari daun kelor. Selain toko oleh-oleh, pemateri juga menjelaskan bahwa produk dapat dijual melalui *e-commerce* yang sudah lazim digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan pembelian barang (misal: Shopee, Bukalapak). Hal ini dipaparkan mengingat informasi dari pihak kelurahan bahwa masyarakat sudah sangat familiar dengan penggunaan aplikasi jual beli *online* yang tersedia saat ini. Terakhir, pemateri juga mendorong masyarakat untuk menggunakan fasilitas yang dibangun pemerintah yaitu "Omah Godhong Kelor". Fasilitas ini adalah area khusus yang dibangun oleh kelurahan untuk melakukan segala kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan desa kelor utamanya daun kelor. Akan tetapi, sampai saat ini, tempat ini masih sepi peminat dan sepi pengunjung karena produk yang dijual ditempat ini masih sedikit.

Ketiga, disampaikan kiat-kiat dalam kegiatan promosi oleh pemateri di mana ditekankan bahwa promosi adalah kegiatan yang penting yang mencakup beberapa elemen di antaranya *brand*, kemasan, dan lain sebagainya. Pada sesi ini, masyarakat diajak melihat faktor-faktor apa saja yang mampu menarik lebih banyak konsumen untuk mengenal produk yang telah kita buat. Penamaan produk yang mudah diingat serta diucapkan merupakan salah satu hal penting yang disampaikan oleh pemateri. Hal tersebut dipersempit dengan memberikan contoh penamaan produk seduhan daun kelor yang sudah diproduksi di mana masih tidak terlalu jelas/spesifik. Selain nama *brand* yang perlu dibuat sebagai langkah awal untuk *positioning* produk, dijelaskan pula mengenai logo produk. Logo produk sangatlah penting karena hal tersebut menjadi aspek yang diingat oleh konsumen serta menjadi pembeda dengan produk *competitor*. Pada poin ini, dijelaskan tips dan trik pemilihan warna, tulisan serta bentuk agar logo terlihat lebih menarik dan sesuai dengan produk yang akan dijual.

Sesi terakhir adalah pemaparan terkait penetapan harga, dijelaskan bahwa dalam melakukan penetapan harga, masyarakat harus mengetahui dulu harga pokok penjualan dari produk-produk yang akan mereka jual. Harga pokok produksi dapat dihitung dengan melakukan kalkulasi untuk setiap biaya memproduksi 1 produk tersebut. Setelah mengetahui HPP suatu produk, masyarakat dapat menentukan harga wajar dari suatu produk. Penentuan harga wajar dapat dilakukan dengan metode *markup*. Selain metode *markup*, masyarakat juga diajak untuk melihat harga

competitor sebagai salah satu aspek penting dalam melakukan penentuan harga. Dengan melihat harga *competitor*, harapannya masyarakat bisa lebih memahami posisi produk mereka apakah sebagai *follower* atau sebagai *market leader*. Setelah itu, dijelaskan pula mengenai perhitungan *break event point* /titik balik modal.



Gambar 3 Dokumentasi Kegiatan Penyuluhan
(Sumber: data diolah, 2022)

Diskusi

Pada awalnya, pemerintah Kelurahan Kelor mengeluhkan bahwa masyarakat di Desa Kelor masih belum memahami potensi secara kesehatan maupun potensi bisnisnya. Sehingga, pada awalnya dalam melaksanakan pengembangan daun kelor mengalami kesulitan karena terkendala dengan SDM yang terbatas. Hal tersebut sebenarnya dapat diatasi karena secara waktu masih banyak masyarakat Desa Kelor yang memiliki waktu luang dalam kesehariannya. Oleh karena itu, pengabdian ini diharapkan mampu menghadirkan sudut pandang baru bagi masyarakat sehingga menjadi tertarik dalam memanfaatkan potensi daun kelor.

Kemudian, untuk melihat ketertarikan masyarakat dan perubahan pola pikirnya setelah dilakukan penyuluhan, pada kegiatan Pengabdian ini, juga dilakukan survey sederhana kepada peserta yang hadir di mana pada lembar kuesioner yang diberikan, tim ingin mengetahui bagaimana kondisi masyarakat akan ketertarikan berwirausaha daun kelor sesudah penyuluhan. Berikut adalah hasil survei sederhana dari kuesioner potensi bisnis daun kelor pada masyarakat Desa Kelor, Gunungkidul, DIY:

Tabel 3. Hasil Survei Sederhana Potensi Bisnis Daun Kelor

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase
1	Umur		
	20-30	8	22%
	31-40	10	27%
	41-50	10	27%
	51-60	5	14%
	61-70	2	5%
	<71	2	5%
2	Pekerjaan		
	Ibu Rumah Tangga	10	27%
	PNS	5	14%
	Karyawan Swasta	5	14%
	Buruh	7	19%
	Petani	10	27%
3	Gaji		
	>Rp. 1.000.000	12	32%
	Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000	13	35%
	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.500.000	8	22%
	Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000	4	11%
	<Rp. 3.000.000		
4	Apakah ada waktu luang setelah pulang kerja?		
	YA	28	76%
	TIDAK	9	24%
5	Apakah sebelumnya pernah berwirausaha?		
	YA	13	35%
	TIDAK	24	65%
6	Apakah usaha masih berjalan?		
	YA	8	22%
	TIDAK	29	78%

	Apakah ada keinginan untuk membuka usaha daun kelor?		
	YA	35	95%
7	TIDAK	2	5%
	Apakah menurut anda penyuluhan kali ini bermanfaat untuk Anda?		
	YA	37	100%
8	TIDAK	0	0%

(Sumber: data diolah, 2022)

Pada tabel 3 di atas terlihat bahwa secara demografi, Desa Kelor didominasi oleh penduduk usia produktif yang masih bisa diupayakan kinerjanya untuk menghasilkan produktivitas lebih. Kondisi ini terlihat pada dominasi penduduk usia 31-50 tahun yang proporsinya mencapai 54 persen. Sementara itu, dari segi jenis profesi warga, tercatat didominasi oleh Ibu rumah tangga dan petani yang proporsinya juga melebihi angka 50 persen. Dari komposisi ini terlihat bahwa ada kesempatan besar dari segi SDM yang tersedia mengingat kegiatan ibu rumah tangga dan petani cenderung bisa diatur oleh pribadi masing-masing dan masih memiliki waktu luang di kesehariannya yang dapat dimanfaatkan untuk menjalankan kegiatan usaha daun kelor. Dugaan ini terdukung dengan hasil survei berikutnya tentang waktu luang yang menyatakan bahwa 76 persen warga Desa Kelor memiliki waktu luang setelah pekerjaan utama mereka masing-masing sehingga terbuka lebar kesempatan Desa kelor untuk mengembangkan bisnis daun kelor ketika di luar jam kerja pada umumnya. Selain itu, dalam survei ini juga mengkonfirmasi bahwa keseluruhan responden yang mengikuti kegiatan penyuluhan ini merasakan manfaat dari kegiatan ini sehingga membuat 95 persen di antara mereka menjadi berminat untuk membuka usaha dengan produk yang berasal dari turunan daun kelor.



Gambar 4. Warga Desa Kelor saat mengikuti penyuluhan

Dalam mendukung berjalannya proses pengabdian ini, tim pengabdian menggunakan dasar teori yang secara umum diharapkan dapat menjadi konsep fundamental yang digunakan dalam melakukan pendampingan kepada Desa Kelor untuk menjadi desa yang inovatif, mandiri, dan produktif. Konsep dasar tersebut di antaranya yaitu:

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan sendiri merupakan sebuah kegiatan produksi yang aktif yang dapat menjadi penggerak dalam memanfaatkan suatu sumberdaya seperti sumber daya alam, modal dan lainnya yang pada akhirnya akan menciptakan kekayaan serta kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja serta produk/jasa yang dibutuhkan masyarakat (Wirasasmita, 2003). Mengacu pada Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Kecil No. 961/KEP/XI/1995, dijelaskan bahwa wirausahawan adalah individu yang memiliki semangat, perilaku, sikap dan kemampuan berwirausaha. Kewirausahaan adalah aktivitas yang di dalamnya melibatkan pertukaran barang dan jasa. Pertukaran tersebut dapat berupa sumber daya alam, mata uang, sumber daya sosial, kesempatan maupun sumber daya manusia (Maguni, 2014).

2. Daun Kelor

Daun kelor atau *Moringa Oleifera* adalah tanaman yang memiliki berbagai manfaat yang terkandung di dalamnya seperti protein, β - karotein, vitamin C, mineral terutama zat besi dan kalsium. Kandungan pada daun kelor ini terbukti mampu meningkatkan Kesehatan apabila dikonsumsi secara tepat dengan takaran yang seimbang (Diantoro et al., 2015). Daun kelor adalah sumber pangan nabati yang memiliki berbagai kandungan gizi diantaranya memiliki kandungan vitamin C sebanyak 7 kali lebih tinggi dibandingkan buah jeruk, memiliki kandungan vitamin A sebanyak 4 kali lebih tinggi dibandingkan wortel, 4 kali kalsium dari susu, dan banyak lagi (J.Fuglie, 2014).

3. Marketing Mix

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah metode yang digunakan oleh individu atau organisasi untuk memasarkan produk dan memengaruhi calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam bauran pemasaran terdapat beberapa komponen yang sering dikenal dengan 4P atau yang baru-baru ini berkembang yaitu 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) (Marcelina & B, 2016).

P yang pertama *Product*, yang merupakan inti dari pemasaran karena produk

adalah wadah untuk memberikan nilai yang konsumen butuhkan. P kedua adalah *Price* mengacu pada harga jual produk, satuan harga harus disesuaikan dengan target pasar, biaya produksi dan juga produk sejenis di pasar. P yang ketiga adalah *promotion* atau promosi. Promosi adalah segala aktivitas untuk meningkatkan *awareness* dan juga pengetahuan calon konsumen mengenai produk perusahaan. Promosi dapat dilakukan baik secara luring (contoh: selebaran, Billboard) maupun luring (*facebook advertising, online endorsement* melalui *Key Opinion Leader* dan *influencer*). Selanjutnya, P yang keempat adalah *place* atau tempat. *Place* adalah tempat calon konsumen dapat membeli produk perusahaan. *Place* bisa berbentuk fisik seperti toko atau *booth*, bisa juga berbentuk digital dengan menggunakan lokapasar (marketplace) daring seperti Tokopedia dan Shopee. *People*, adalah P selanjutnya. *People* mengacu pada saat proses pembuatan keputusan pembelian suatu produk, calon konsumen akan bertemu dan bertanya dengan berbagai pemangku kepentingan dari produk tersebut. Maka dari itu, perusahaan harus merencanakan dan memilih pemangku kepentingan (contoh: *brand ambassador, customer service*) yang bisa menjadi wajah untuk produk perusahaan tersebut. Selanjut, *Process* merupakan P yang keenam, perusahaan perlu memperhatikan proses atau perjalanan calon konsumen untuk membeli produk. Jika perusahaan ingin banyak orang mau membeli atau mencoba sebuah produk, penting bagi perusahaan untuk memastikan konsumen dapat membeli barang dengan mudah. P yang terakhir namun tidak kalah penting adalah *Physical evidence* merupakan perwujudan kasat mata dari produk yang perusahaan ingin pasarkan. Bagi perusahaan *merchandising*, perwujudan kasat mata dapat dihadirkan dengan kemasan produk, *prototype* produk dan *sample* produk. Sementara itu, untuk perusahaan jasa, perwujudan kasat mata dapat dihadirkan dengan seragam karyawan, layout tempat operasional perusahaan dan review dari jasa tersebut di forum daring.

Di Indonesia, bauran pemasaran dilakukan dengan beragam cara unik agar menghasilkan transaksi penjualan bagi suatu bisnis. Strategi ini membuat individu merasa lebih memahami suatu produk kemudian mengerti bahwa mereka membutuhkan produk atau jasa tersebut (Praestuti, 2020).



Gambar 5. Warga Desa Kelor Bersama Tim Penyuluh dan Pejabat Daerah
(Sumber: data diolah, 2022)

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kelor meliputi pemaparan materi terkait manfaat daun kelor dari segi kesehatan sampai ke pengolahannya menjadi makanan basah dan kering. Pemaparan materi ini membantu warga di Desa Kelor memahami bagaimana pengolahan daun kelor mulai dari usia ideal untuk memetik, mengeringkan, hingga memasak daun kelor tersebut supaya kandungan gizinya masih tetap terjaga. Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kelor ini juga memberikan pemaparan materi terkait *marketing mix* yang terdiri dari *product, place, promotion, and price*. Pemaparan terkait *marketing mix* ini membantu warga di Desa Kelor untuk mengetahui variasi produk yang dapat dibuat dengan menggunakan daun kelor. Ada produk makanan basah, makanan kering, hingga produk kecantikan. Warga Desa Kelor juga dapat memahami tempat untuk menjual produknya baik secara konvensional maupun secara *online*. Keberhasilan suatu usaha dalam menjual produk tentu tidak terlepas dari pentingnya promosi dan penentuan harga, sehingga dalam kegiatan ini, warga Desa Kelor juga diberikan pemaparan materi terkait promosi barang supaya dapat membuat *brand* yang unik dan mudah diingat, serta penentuan harga yang tepat supaya tidak rugi.

Berdasarkan hasil survei yang diberikan kepada warga Desa Kelor, terdapat 95% warga yang sangat antusias untuk memulai usaha menggunakan daun kelor. Harapannya, antusiasme ini tidak hanya muncul saat kegiatan pengabdian masyarakat saja, melainkan antusiasme ini dikembangkan dengan wujud nyata untuk mengembangkan produk daun kelor. Oleh karena itu, dibutuhkan pula peran dari lurah setempat untuk mendorong warganya dan tetap menjaga motivasinya supaya

terus mengembangkan produk daun kelor.

Rekomendasi untuk kegiatan ke depannya, perlu adanya kegiatan pendampingan untuk pengolahan produk-produk makanan dari daun kelor supaya warga Desa Kelor dapat mempraktikkan secara langsung pengolahan produk makanan dengan baik. Ke depannya, perlu ada pendampingan pula untuk membuat produk-produk daun kelor memiliki sertifikat halal. Terkait dengan *marketing mix*, ke depannya perlu ada pemantauan lanjutan terkait bagaimana warga Desa Kelor memasarkan produk-produknya.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lurah Kelor dan Kepala Dusun Sudimoro yang sudah membantu proses berjalannya kemitraan ini serta memfasilitasi tempat kegiatan sehingga acara pengabdian masyarakat dapat tersampaikan ke warga Desa Kelor dengan baik. Kegiatan abdimas ini juga tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan dari LPPM Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memfasilitasi kegiatan abdimas ini.

Daftar Referensi

- Diantoro, A., Rohman, M., Budiarti, R., Palupi, H. T., Pertanian, F., & Yudharta, U. (2015). *Pengaruh penambahan ekstrak daun kelor* (. 6(2).
- Frinces, Z. H. (2010). *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 7 Nomor 1, April 2010*. 7(April), 34–57.
- J.Fuglie, L. (2014). *The Moringa Tree. A local solution to malnutrition* .B.P 5338 Dakar.
- Koentjaraningrat. (2009). *Perspektif Budaya*. Rineka Cipta.
- Kurniawan, K. D., Pangesthi, L. T., Bahar, A., Boga, P. T., Surabaya, U. N., Kuliner, M. S., Surabaya, U. N., Info, A., Kelor, T., & Gizi, K. (2020). *Jurnal tata boga*. 9(2), 795–806.
- Maguni, W. (2014). *Konsep Pendidikan Kewirausahaan Di Masyarakat Dalam Membangun Ekonomi*. 7(1), 57–73.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). Pengaruh marketing mix (7P) terhadap keputusan pembelian pada guest house di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2).
- Margahana, H., & Triyanto, E. (2019). Membangun tradisi enterpreneurship pada masyarakat. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02).
- Permata, S. A. (2017). *Terhadap Disiplin Kerja Pegawai*. 6(5), 2280–2307.
- Praestuti, C. (2020). *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire*. 10(1), 21–24.
- Purba, E. C. (2014). *KELOR (Moringa oleifera Lam.): Pemanfaatan Dan Bioaktivitas Endang Christine Purba*.
- Rohmawati, N., Moelyaningrum, A. D., & Witcahyo, E. (2017). *Es Krim Kelor : Produk Inovasi Sebagai Upaya Pencegahan Stunting Dalam 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK)*. 10–20.

Sugihartini, N., & Nuryanti, E. (2017). *Formulasi Krim Ekstrak Daun Kelor (Moringa oleifera) sebagai Sediaan Antiaging (Formulation Cream of Extract Moringa oleifera Leave as Antiaging)*. 1-7.

Suherman, E. (2008). *Business Entrepreneur*. Alfabeta.