

# Pengembangan Bisnis Rintisan dengan Bahan Baku Daun Kelor dalam Berbagai Bidang Manajemen

Ferrymentatos Wijaya, Felicia Jonina, Harry L’Haqem, Michelle Amadea Effendi, Richard Angkiet, Tince Anggreny, Arief Fadhilah

*Sekolah Bisnis dan Ekonomi Universitas Prasetya Mulya BSD City Kavling Edutown I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Tangerang 15339, Indonesia*

ARTICLE INFO

ABSTRACT

**Keywords:**

SME,  
Startup,  
Moringa leaves,  
Community Development.

*Moringa leaves are raw materials that are going to be used as a product for a business with start-up status in Cipasung Village, Darma District, Kuningan Regency, West Java. In developing his business, Mr. Dian Nugraha as an owner of the business experienced various challenges in operational, marketing and financial aspects. The 2024 Community Development Program is here to help with this problem. The aim of carrying out the activity is to provide Mr Dian Nugraha with knowledge about areas of management that are challenges for him. This activity resulted in several things that were important for developing Mr Dian's business, such as Moringa leaf product innovation obtained through research and development of the raw materials, the creation of a logo and business name to establish a brand, and the making of structured financial records.*

SARI PATI

**Kata Kunci:**

UMKM,  
Rintisan,  
Daun kelor,  
Pengabdian Masyarakat.

Daun kelor merupakan bahan baku yang ingin dijadikan sebagai produk sebuah usaha yang berstatus rintisan di Desa Cipasung, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Dalam mengembangkan bisnisnya, Bapak Dian Nugraha selaku mitra dari usaha tersebut mengalami berbagai tantangan dalam aspek operasional, pemasaran, dan keuangan. Program Community Development tahun 2024 hadir untuk membantu dalam permasalahan tersebut. Tujuan dilaksanakan kegiatan adalah untuk membekali Bapak Dian Nugraha pengetahuan mengenai bidang-bidang manajemen yang menjadi tantangan bagi beliau. Kegiatan ini menghasilkan beberapa hal yang penting untuk mengembangkan usaha Bapak Dian, seperti inovasi produk daun kelor yang didapatkan melalui riset dan pengembangan bahan baku, pembuatan logo dan nama usaha untuk mendirikan merek, dan pembantuan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur.

Corresponding Author:

Arief Fadhilah.  
Email:  
arief.fadhilah@prasetyamulya.ac.id

## PENDAHULUAN

Produk daun kelor pertama kali dijual oleh Bapak Dian Nugraha dalam bentuk kering atau dalam rupa bibit kepada masyarakat. Melihat potensi yang ada dalam penjualan produk daun kelor, Bapak Dian memilih untuk mengembangkan produk daun kelor tersebut sebagai persiapan untuk pendirian bisnis yang akan dijalankan di kemudian hari yang berlokasi di Desa Cipasung, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Ketika menjalankan proses tersebut, Bapak Dian mengalami berbagai kendala yang menjadi rintangan dalam perjalanankewirausahaannya.

Masalah pertama yang dialami adalah pelaksanaan *research and development* dari produk daun kelor di mana Bapak Dian kesulitan dalam mencari pengawet agar produk daun kelor yang diproduksi bertahan lama. Melalui sebuah riset, daun kelor dapat berfungsi sebagai pengawet dikarenakan kandungan flavonoid, fenolat, saponin, tanin, alkaloid, dan terpenoid yang dapat menghambat pembusukan (Aminah et al., 2015). Mengkomunikasikan informasi tersebut kepada mitra akan membantu dalam mengatasi salah satu dari permasalahan mitra.

Permasalahan-permasalahan mitra selanjutnya terletak pada bidang-bidang manajemen, terutama di bidang finansial, operasional, dan pemasaran. Dalam aspek pemasaran dapat diidentifikasi bahwa mitra belum memiliki logo bisnis, media sosial, dan tempat pemasaran *online*. Sebagai solusi, kelompok menawarkan nama bisnis “Kelor Nusantara” sebagai langkah awal pemasaran bisnis.

Dalam sisi operasional, Bapak Dian juga mengalami kesulitan karena seluruh kegiatan produksi dilakukan secara mandiri. Oleh karena itu, mitra membutuhkan prosedur operasional yang efektif agar dapat membantu dalam produksi baik secara mandiri atau ketika Bapak Dian telah memiliki karyawan tersendiri.

Pada aspek finansial, masalah terletak pada pencatatan keuangan yang dilakukan secara

manual yang memberikan kemungkinan akan terjadinya kesalahan dalam pencatatan tersebut. Kemudian, mitra juga kurang mengetahui harga pokok produksi dari produk daun kelornya. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah alat atau perangkat lunak yang dapat membantu mitra dalam tugas tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hambatan yang dialami oleh Bapak Dian, maka dapat diketahui bahwa rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah solusi-solusi apa saja yang dapat diterapkan untuk membantu Bapak Dian dalam menghadapi rintangan bisnisnya, terutama di bidang operasional, finansial, dan pemasaran.

Secara keseluruhan, tujuan kegiatan dilaksanakan adalah untuk membantu Bapak Dian dalam membuat inovasi produk Daun Kelor dan membekali beliau dengan pengetahuan yang cukup agar bisnis rintisannya dapat berkembang menjadi bisnis UMKM.

## METODE

Pendampingan mitra selama 20 hari oleh kelompok yang beranggotakan tujuh orang merupakan metode yang akan diberlakukan. Kegiatan tersebut dimulai pada bulan Maret secara luar jaringan dan akan berlanjut hingga akhir bulan Juni di mana pendampingan akan dilakukan secara daring. Pada tahap pendampingan luring, kelompok akan mendampingi mitra secara langsung dan membantu dalam mengatasi masalah yang dialami oleh mitra. Setelah program pendampingan luring telah terlaksana, kelompok akan melakukan pendampingan secara daring untuk memantau dan mengevaluasi efektivitas program kerja kelompok semasa live-in. Pada tahap ini, kelompok juga memiliki fungsi untuk memberikan saran dan membantu mitra dalam hal-hal yang diperlukan. Semua kegiatan ini dilakukan dengan adanya dampingan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) yang dapat memberikan perspektif yang baru terhadap program kerja yang

akan dilaksanakan.

**HASIL DAN DISKUSI**

Kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada mitra berlangsung selama 20 hari dengan lokasi utamanya berada pada Desa Cipasung, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Pada tanggal 19 Febuari 2024, kelompok berangkat dari Universitas Prasetiya Mulya,

Kabupaten Tangerang, Banten. Aktivitas pendampingan usaha daun kelor dilaksanakan mulai dari tanggal sampainya kelompok di Desa Cipasung hingga tanggal 9 Maret 2024 dan dibagi menjadi beberapa rangkaian kegiatan, antara lain:

- Riset dan pengembangan produk
- Pembentukan nama usaha melalui pemasaran
- Pembekalan pengetahuan dalam bidang finansial

| Gantt Chart Live-In                   |   |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------|---|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| No                                    | Rencana Aksi                                  | Februari |    |    |    |    |    |    |    |    |    | Maret |   |   |   |   |   |   |   |   |
|                                       |   | 19       | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| <b>Program Kerja Primer</b>           |   |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| <b>1.1 Bidang Manajemen Strategis</b> |   |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1                                     | R&D Inovasi Produk dan perkembangan produk    |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2                                     | Pembuatan e-commerce                          |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 3                                     | Pembuatan media sosial                        |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 4                                     | Pemasaran melalui media sosial                |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5                                     | Pemanfaatan <i>social media advertising</i>   |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6                                     | Pembukuan keuangan bisnis                     |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 7                                     | Pembuatan desain logo dan <i>packaging</i>    |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 8                                     | Pemanfaatan e-commerce untuk penjualan produk |          |    |    |    |    |    |    |    |    |    |       |   |   |   |   |   |   |   |   |

Gambar 1. Gantt Chart Kegiatan-Kegiatan pada Saat Pendampingan

**1. Riset dan Pengembangan Produk**

Sebelum melakukan riset dan pengembangan dari produk daun kelor, kelompok mempelajari bagaimana Bapak Dian mengolah daun kelor hingga menjadi produk yang siap dijual. Pembelajaran ini dilakukan dengan langsung

berpartisipasi dalam proses pemetikan daun kelor yang hasilnya akan diletakkan pada nampan untuk dikeringkan. Berdasarkan informasi dari Bapak Dian, estimasi pengeringan dari daun kelor membutuhkan waktu sekitar 3-5 hari yang menandakan bahwa daun kelor tersebut siap untuk dijual.



Gambar 2. Daun Kelor yang Sudah Dikeringkan

Dibekali dengan pengetahuan tersebut, kelompok melakukan diskusi yang mendalam dan menentukan bahwa inovasi produk yang belum ada di daerah Desa Cipasung adalah teh daun kelor yang dapat dikonsumsi langsung dan daun kelor yang dijual dalam bentuk teh celup. Selain itu, kelompok juga menjual daun kelor kering yang dikemas dengan rapi. Inovasi tersebut penting dilakukan karena secara kontemporer akan membawakan persaingan (Nabila dan Suryadi, 2021). Persaingan tersebut memberikan potensi bagi Desa Cipasung untuk mengembangkan perekonomiannya.

Setelah menentukan inovasi produk, kelompok memformulasikan cara yang efektif dalam memproduksi produk-produk tersebut.

Oleh karena itu, kelompok memperkenalkan penggunaan alat-alat, seperti blender untuk produksi teh daun kelor dan timbangan untuk menentukan takaran yang cukup dalam proses produksi. Selain itu, kelompok juga membantu mitra dalam melakukan pengawasan terhadap daun kelor dan kemasan yang akan digunakan untuk memastikan kualitas yang terbaik dalam produk. Kemudian, kelompok mengedukasi mitra mengenai langkah-langkah yang telah dilalui oleh kelompok untuk memproduksi produk berbasis daun kelor secara efektif. Kelompok juga membuat kartu penggunaan produk untuk mengedukasi konsumen dalam cara penyajian dan penyimpanan produk.



Gambar 3 Inovasi-Inovasi Produk Daun Kelor (Teh, Kemasan Teh Celup, Daun Kering)

## 2. Pembentukan Nama Usaha Melalui Pemasaran

Pemasaran produk dilaksanakan setelah inovasi produk telah ditemukan. Dalam rangka mendirikan brand dari usaha mitra, kelompok membuat logo dari nama usaha “Kelor Nusantara” yang telah ditentukan melalui diskusi yang dilakukan dengan Bapak Dian sebelum live-in

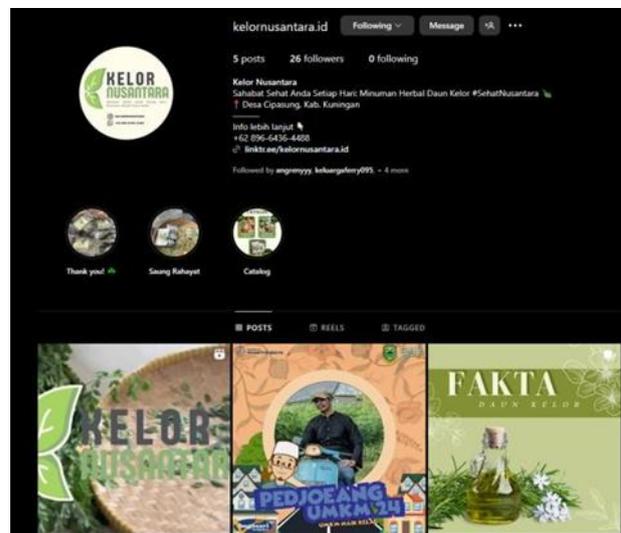
dilakukan. Logo tersebut kemudian akan digunakan dalam kemasan-kemasan produk Kelor Nusantara untuk meningkatkan kesadaran merek dari konsumen. Untuk merealisasikan hal tersebut, kelompok mencari kemasan yang memiliki kualitas yang terjamin agar reputasi dari merek Kelor Nusantara menjadi baik di mata konsumen.



Gambar 6. Logo Kelor Nusantara

Untuk memperkuat brand dari Kelor Nusantara lebih lanjut, kelompok memutuskan untuk melakukan pemasaran produk secara daring dan luring. Dalam sisi daring, kelompok membuat media sosial dalam platform Instagram untuk mitra. Hal ini dilakukan agar brand daun kelor dari Bapak Dian dapat menjadi lebih unggul ketika bersaing dengan kompetitor

lainnya, hal ini juga dilakukan agar mitra dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam melaksanakan bisnisnya, terutama dalam manajemen pemasaran (Aisyah dan Rachmadi, 2022). Kelompok juga membuat akun tokopedia untuk Kelor Nusantara sebagai saluran penjualan untuk memperluas jangkauan konsumen dari usaha.



Gambar 7. Instagram dari Kelor Nusantara

Selain pembuatan media sosial, kelompok juga mengelilingi Desa Cipasung untuk melakukan penjualan secara langsung kepada penduduk desa untuk memperkenalkan nama

Kelor Nusantara kepada mereka. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek secara local yang dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi usaha (Puspitari, 2023). Melalui kegiatan

tersebut, dapat diketahui bahwa produk inovasi daun kelor yang dibuat oleh kelompok dapat diterima oleh masyarakat desa dengan baik. Kegiatan penguatan merek selanjutnya yang dilakukan oleh kelompok ada pada acara Saung Rahayat yang merupakan penghujung dari program Community Development 2024. Sebagai

persiapan dari acara tersebut, kelompok membuat banner dan katalog produk untuk memberikan gambaran mengenai produk yang dijual dalam usaha. Melalui acara tersebut, kelompok dapat mempromosikan produk-produk dari Kelor Nusantara di luar Desa Cipasung, sehingga merek dari usaha Kelor Nusantara menjadi lebih kuat.



Gambar 8. Katalog Kelor Nusantara

### 3. Pembekalan Pengetahuan dalam Bidang Finansial

Penyaluran pengetahuan juga dilakukan dalam bidang keuangan dalam rangka untuk membekali mitra agar dapat mencegah kesalahan yang signifikan dalam pencatatan keuangan. Hal tersebut dapat diklasifikasikan sebagai salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan dalam suatu bisnis dengan aspek operasional, sumber daya manusia (SDM), dan pemasaran sebagai faktor lainnya (Supeni dan Sari, 2011).

Pembekalan pengetahuan pencatatan keuangan dilakukan secara daring dan luring. Langkah awal yang dilakukan oleh kelompok adalah menentukan harga pokok penjualan dari produk-produk Kelor Nusantara yang kemudian

informasi tersebut akan diberikan kepada Bapak Dian. Setelah itu, kelompok mengedukasi mitra mengenai cara menggunakan aplikasi, seperti Microsoft Excel untuk mengkalkulasi pendapatan dan pengeluaran dari kegiatan sehari-hari usaha.

Kelompok juga mendorong Bapak Dian untuk melakukan pencatatan secara manual sebagai backup dari data keuangan usaha. Edukasi dalam bidang manajemen keuangan juga meliputi cara pembuatan tabel laporan keuangan tertentu agar pencatatan finansial usaha menjadi lebih terstruktur.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Perjalanan pendampingan usaha Kelor Nusantara yang dilakukan selama 20 hari di Desa

Cipasung telah membuahkan hasil yang cukup signifikan dalam membantu pengembangan usaha. Dalam melaksanakan program primer, tentu terdapat beberapa tantangan. Salah satu tantangan tersebut adalah memperkenalkan produk inovasi daun kelor yang telah dibuat kepada masyarakat. Tetapi, tantangan tersebut dapat dilewati ketika produk hasil inovasi dapat diterima dengan baik setelah dicoba oleh penduduk-penduduk dalam Desa Cipasung. Dengan dibekali pengenalan merek Kelor Nusantara kepada masyarakat dan pengetahuan manajerial dalam aspek operasional, keuangan, dan pemasaran maka diharapkan mitra dapat menggunakan hal tersebut untuk mengubah status usaha dari rintisan menjadi bisnis UMKM yang terdaftar.

Saran yang dapat diberikan adalah agar mitra terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk unik yang menggunakan daun kelor sebagai bahan baku agar usaha Kelor Nusantara dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Selain itu, kelompok juga berharap agar mitra dapat terus mengembangkan pengetahuannya akan perkembangan teknologi dan menggunakan teknologi tersebut dalam manajemen bisnis Kelor Nusantara di masa yang akan datang.

Inovasi-inovasi produk yang berbahan dasar daun kelor juga dapat menjadi referensi bagi kelompok-kelompok selanjutnya untuk menciptakan produk unik yang dapat mengembangkan usaha Kelor Nusantara lebih lanjut.

---

## REFERENCES

---

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442-448.
- Aminah, S., Ramadhan, T., dan Yanis, M., 2015. Kandungan Nutrisi dan Sifat Fungsional Tanaman Kelor (*Moringa oleifera*). *Buletin Pertanian Perkotaan*. 5(2), 35-44.
- Nabila, A. Y. (2021). PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, MINAT KONSUMEN, DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA MEBEL (STUDY KASUS TOKO ISTANA KADO MERAPI) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Puspitasari, A. N. T. (2023). Pentingnya Merek dalam Membangun Identitas Bisnis yang kuat. *UMSIDA*.
- Supeni, R. E., & Sari, M. I. (2011). UPAYA PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI PENGEMBANGAN MANAJEMEN USAHA KECIL (Studi deskriptif pada Kegiatan Usaha Kecil Ibu-ibu Desa Wirolegi Kabupaten Jember, Dampingan Pusat Studi Wanita UM Jember). In *Prosiding Seminar Nasional & Internasional* (Vol. 1, No. 1).