**Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**
**Volume 4, Nomor 3, April 2026, P. 121-129**
**E-ISSN: 2986-6340**
**Licenced by CC BY-SA 4.0**
**DOI:** https://doi.org/10.5281/zenodo.20132063

# Inovasi Produk Daun Kelor untuk Menarik Minat Generasi Muda di Rumah Kelor Anjani, Jawa Barat

*Innovation of Moringa Leaf Products to Attract the Interest of the Younger Generation at Rumah Kelor Anjani, West Java*

**Shiva Naura Haydia Yusan, Nadzala Salsabila Azahra, Melisa Zesika, Yeni Seftiani, Itto Turyadi**
Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Al-Ghifari
Email : shivanaura6@gmail.com, nadzalasalsabila24@gmail.com, zesikamelisa@gmail.com, yeniseptiani0409@gmail.com

**Abstract**

*This study aims to examine product innovations involving processed moringa leaves developed by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) at Rumah Kelor Anjani and to assess the role of these innovations in increasing consumer interest, particularly among the younger generation. A qualitative, descriptive approach was used to conduct this study. Data collection was conducted through in-depth online interviews with entrepreneurs who have been running their businesses since 2015. The research findings indicate that moringa leaves hold significant potential as a functional food ingredient; however, their use remains hindered by negative public perceptions and low levels of awareness. Product innovations, such as the development of moringa-based food and beverage products, the selection of more modern packaging, and adaptation to the consumption trends of the younger generation, have proven successful in increasing product appeal. Additionally, marketing strategies via social media are considered effective for reaching young consumers. Thus, product innovations targeting the preferences of the younger generation and public education are crucial for increasing the acceptance of moringa leaf-based products.*

***Keywords:*** *moringa leaves, product innovation, SMEs, younger generation, public perception.*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji inovasi produk hasil olahan daun kelor yang dilaksanakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Rumah Kelor Anjani serta menilai peran inovasi tersebut dalam meningkatkan ketertarikan konsumsi, khususnya di antara generasi muda. Untuk melaksanakan penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan cara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam secara online dengan pengusaha yang telah menjalankan usaha sejak tahun 2015. Temuan penelitian menunjukkan bahwa daun kelor memiliki potensi yang besar sebagai bahan makanan fungsional, tetapi penggunaannya masih terhambat oleh pandangan negatif masyarakat dan rendahnya tingkat pengetahuan. Inovasi produk yang dilakukan, seperti pengembangan jenis makanan dan minuman berbasis kelor, pemilihan kemasan yang lebih modern, serta penyesuaian dengan tren konsumsi generasi muda, terbukti berhasil meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, strategi pemasaran lewat media sosial juga dianggap efektif untuk menjangkau kalangan konsumen muda. Dengan demikian, inovasi produk yang menargetkan preferensi generasi muda dan edukasi masyarakat menjadi hal yang penting untuk meningkatkan penerimaan produk berbasis daun kelor.

**Kata kunci:** *daun kelor, inovasi produk, UMKM, generasi muda, pandangan Masyarakat*

**Article Info**
Received date: 28 April 2026 Revised date: 30 April 2026 Accepted date: 07 May 2026

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini terbukti memiliki ketahanan yang tinggi menghadapi guncangan dari krisis ekonomi, contohnya pada tahun 1998 ketika UMKM berfungsi sebagai penyelamat bagi ekonomi negara. Selain itu, UMKM adalah sektor yang paling besar dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Dengan melihat potensi besar yang dimiliki, pengembangan UMKM menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mengatasi kemiskinan pengembangan UMKM memiliki potensi yang cukup menjanjikan karena mampu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan memberikan kontribusi sekitar 30% terhadap

PDB. Oleh karena itu, keberadaan UMKM perlu terus diperjuangkan dan didukung melalui berbagai inisiatif, termasuk penyediaan pelatihan dan Pendidikan (Safana dkk., 2021).

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan luar biasa dalam keanekaragaman hayati, dengan banyak jenis tanaman yang dapat memberikan manfaat signifikan bagi umat manusia. Salah satu tanaman yang memiliki nilai penting adalah kelor (Moringa oleifera), yang terkenal dengan sebutan The Miracle Tree atau pohon ajaib karena kandungan nutrisinya yang sangat melimpah serta khasiatnya yang melebihi tanaman-tanaman biasa (Marhaeni, 2021). Tanaman ini mampu tumbuh subur di daerah tropis, termasuk di Jawa Barat, dari dataran rendah hingga ketinggian 700 meter di atas permukaan laut. Kelor dapat berkembang sebagai semak atau pohon kayu lunak dengan ketinggian antara 7 hingga 11 meter, tahan terhadap kekeringan selama enam bulan, serta mudah untuk dibudidayakan tanpa membutuhkan perawatan yang rumit, sehingga sangat cocok untuk dikembangkan di berbagai jenis lahan di provinsi tersebut.

Di seluruh wilayah Jawa Barat dan Indonesia, kelor dikenal dengan berbagai nama lokal, seperti kelor di daerah Sunda dan Jawa, maronggih di Madura, dan nama unik lainnya di daerah lain. Meskipun tanaman ini sudah ada di tengah masyarakat cukup lama, penggunaannya saat ini masih terbatas. Banyak orang hanya memanfaatkan daun kelor sebagai tambahan dalam masakan sehari-hari, tanaman hias di halaman, atau untuk keperluan tradisional tertentu, seperti saat proses pemakaman dan sebagai pakan untuk hewan ternak. Namun, penelitian ilmiah menunjukkan bahwa daun kelor kaya akan berbagai nutrisi dan senyawa aktif yang sangat bermanfaat. Di dalam daunnya terkandung kalsium, zat besi, protein, serta vitamin A, B, dan C, juga sejumlah asam amino esensial. Selain itu, terdapat senyawa bioaktif seperti asam askorbat, flavonoid, fenolat, dan karotenoid yang bertindak sebagai antioksidan alami untuk melindungi sel tubuh dari kerusakan akibat radikal bebas (Marhaeni, 2021).

Meskipun memiliki potensi yang besar, pemanfaatan daun kelor di masyarakat masih belum maksimal. Penyebabnya adalah adanya pandangan masyarakat yang mengaitkan kelor dengan hal-hal mistis dan minimnya pengetahuan mengenai manfaat dan cara pengolahannya. Selain itu, produk olahan daun kelor yang ada di masyarakat masih terbatas dan kurang menarik, terutama di kalangan anak muda. Kalangan muda sebagai salah satu segmen konsumen yang potensial biasanya lebih tertarik pada produk makanan yang inovatif, mudah digunakan, dan mengikuti tren. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan produk berbasis daun kelor yang tidak hanya bergizi tinggi, tetapi juga menarik dari segi rasa, penampilan, dan cara penyajian agar dapat diterima oleh mereka.

Perubahan gaya hidup saat ini juga berdampak pada cara generasi muda memilih makanan dan minuman. Generasi muda sekarang lebih memilih produk yang praktis, menarik secara visual, mudah diakses, dan terkenal di platform media sosial. Selain citarasa, aspek kemasan, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital juga menjadi daya pikat yang menarik bagi konsumen muda. Generasi Z merupakan kelompok yang sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi dan media sosial dalam menentukan pilihan belanja (Mustika dkk. , 2025). Ini menunjukkan bahwa produk makanan sehat seperti olahan daun kelor harus dikembangkan dengan cara yang lebih inovatif dan kreatif agar dapat bersaing dengan produk modern lain serta lebih diterima oleh generasi muda.

Inovasi adalah cara untuk mengembangkan produk baru yang menawarkan keuntungan lebih dibandingkan yang ada sebelumnya. Inovasi menjadi elemen krusial bagi suatu perusahaan agar tetap eksis dan mampu bersaing dalam perubahan cepat di pasar. Upaya inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan produk, perbaikan kemasan, strategi pemasaran, atau menciptakan tampilan produk yang lebih menarik bagi pembeli. Penelitian yang dilakukan terhadap UMKM Ogel-Ogel Khas Pemalang menunjukkan bahwa inovasi dalam produk dan strategi pemasaran berkontribusi besar terhadap peningkatan kemampuan beli konsumen. Salah satu bentuk inovasi yang diterapkan adalah penggunaan kemasan yang lebih menarik dan bervariasi, yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk (Fikri dkk. , 2022). Selain itu, diperlukan inovasi yang berkesinambungan

agar produk mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berubah.

Konsep inovasi ini sangat relevan dalam pengembangan produk olahan daun kelor, terutama untuk menarik minat kalangan muda. Produk berbahan dasar daun kelor tidak hanya harus menawarkan khasiat kesehatan, tetapi juga perlu dikemas dengan cara yang kreatif dan mengikuti tren saat ini. Inovasi dapat diwujudkan melalui penciptaan variasi produk, desain kemasan yang menarik, serta pemanfaatan pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik generasi muda. Dengan adanya inovasi, diharapkan produk olahan daun kelor dapat memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi di pasar.

Salah satu upaya pengembangan tersebut dilakukan oleh pelaku UMKM di Rumah Kelor Anjani yang berlokasi di Jawa Barat, yang menciptakan berbagai inovasi produk olahan daun kelor dengan pendekatan yang inovatif dan sesuai dengan tren yang ada. Inovasi ini menjadi strategi penting dalam meningkatkan minat orang untuk mengonsumsi daun kelor, khususnya di kalangan generasi muda.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi produk daun kelor yang dilakukan oleh UMKM di Rumah Kelor Anjani dan mengetahui bagaimana inovasi tersebut dapat menarik perhatian generasi muda.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Daun Kelor dan Potensinya sebagai Pangan Fungsional

Daun kelor (Moringa oleifera) adalah salah satu jenis tanaman yang kaya akan nutrisi dan berpotensi sebagai sumber makanan fungsional. Gopalakrishnan et al. (2016) mengungkapkan bahwa daun kelor mengandung berbagai nutrisi penting, termasuk protein, vitamin A, vitamin C, kalsium, zat besi, dan senyawa antioksidan yang membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan mencegah penyakit yang berkaitan dengan penuaan. Potensi tersebut menjadikan daun kelor pilihan alternatif bahan makanan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat. Selain memiliki manfaat kesehatan, tanaman kelor juga mudah dibudidayakan di daerah tropis seperti Indonesia. Potensi tersebut menjadikan daun kelor sebagai salah satu bahan pangan lokal yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan bernilai tambah.

### 2. Tantangan Pemanfaatan Daun Kelor di Masyarakat

Namun, saat ini penggunaan daun kelor di masyarakat belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat dan cara mengolah daun kelor. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani et al. (2024) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat masih memiliki pemahaman yang minim terkait pemanfaatan kelor, sehingga penggunaannya lebih banyak terbatas pada pengolahan yang sederhana. Selain itu, anggapan tradisional tentang daun kelor juga menjadi salah satu penghalang dalam pengembangannya, terutama di kalangan generasi muda yang lebih selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi.

Di samping aspek pengetahuan, cara pandang masyarakat mengenai daun kelor juga merupakan halangan yang signifikan. Di beberapa komunitas, penggunaan kelor masih dipengaruhi oleh nilai-nilai tradisional dan budaya yang kental. Contohnya terlihat pada suku Baduy Luar di Kabupaten Lebak, Banten, yang tetap menjaga kearifan lokal dan memiliki keterbatasan dalam akses informasi serta pengetahuan tentang gizi. Keadaan ini mengakibatkan penggunaan daun kelor sebagai sumber makanan bergizi belum maksimal dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuni et al. , 2026). Selain itu, rendahnya literasi gizi membuat masyarakat belum sepenuhnya memahami manfaat kelor, sehingga minat untuk mengonsumsi dan pengembangannya masih rendah. Fahey (2005) menekankan bahwa daun kelor kaya akan nutrisi dan bisa jadi sumber makanan modern yang potensial. Namun, adanya perbedaan antara potensi ilmiah dan kondisi sosial budaya masyarakat, khususnya pada komunitas adat di bagian barat Jawa seperti Baduy, menjadi hambatan dalam pengembangan kelor dengan lebih luas.

**3. Inovasi Produk dalam Pengembangan UMKM**

Dalam upaya meningkatkan daya tarik tersebut, inovasi produk menjadi faktor penting dalam pengembangan usaha. inovasi produk Dalam usaha untuk meningkatkan daya tarik ini, inovasi produk menjadi elemen yang sangat penting dalam pengembangan bisnis. Inovasi produk terbukti berkontribusi pada peningkatan nilai tambah dan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang kian ketat. UMKM yang mampu berinovasi dalam hal desain, bahan baku, fungsi, dan kemasan produk biasanya memiliki keunggulan kompetitif dan dapat memperluas jangkauan pasar (Hidayahtulla, 2025). Selain itu, inovasi juga bisa dilakukan melalui variasi produk, peningkatan kualitas, serta penyesuaian dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga produk menjadi lebih sesuai dengan tuntutan pasar (Vega dkk. , 2025). Dalam konteks daun kelor, inovasi sangat dibutuhkan agar produk yang dihasilkan tidak hanya kaya akan nilai gizi, tetapi juga sesuai untuk menarik perhatian konsumen, terutama kalangan generasi muda.

Berdasarkan penelitian tersebut, dapat dinyatakan bahwa pengembangan produk berbasis daun kelor memerlukan inovasi dan membutuhkan kreativitas yang tidak hanya menekankan pada nilai gizi, tetapi juga pada penampilan dan selera pelanggan. Kreativitas yang sesuai dengan kebiasaan generasi muda diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan untuk mengonsumsi serta memperluas penggunaan daun kelor di kalangan masyarakat.

**3. Minat Generasi Muda Terhadap Produk Inovatif**

Evolusi gaya hidup modern memicu perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi makanan, yang kini lebih memilih makanan instan dan siap saji. Makanan modern dinilai lebih praktis dan cocok dengan kehidupan di kota. Menurut Prakoso et al. (2025), banyaknya makanan olahan dan cepat saji yang dikonsumsi menjadi salah satu penyebab yang memengaruhi kualitas pola makan masyarakat, sejalan dengan bertambahnya kebutuhan akan efisiensi waktu dan kemudahan dalam mendapatkan makanan. Keadaan ini menjadi hambatan signifikan bagi pengembangan kelor sebagai pilihan sumber makanan alternatif.

Hal ini sejalan dengan ciri khas Generasi Z yang cenderung lebih menggemari makanan modern dan tren ketimbang masakan tradisional, karena dianggap lebih menarik serta sesuai dengan gaya hidup mereka (Irfan et al. , 2025). Selain aspek kemudahan, pilihan generasi muda juga sangat dipengaruhi oleh faktor kesehatan dan keberlanjutan. Mereka semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi makanan yang bernutrisi, seperti bahan organik dan rendah gula, serta lebih mendukung produk dengan kemasan yang ramah lingkungan (Irfan et al. , 2025). Oleh karena itu, untuk menarik perhatian generasi muda terhadap produk yang berbasis kelor, diperlukan inovasi tidak hanya dalam rasa dan presentasi yang lebih menarik secara estetika, tetapi juga penyesuaian dengan nilai-nilai yang mereka pegang, seperti kesehatan dan kepedulian terhadap lingkungan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena pengembangan bisnis olahan daun kelor serta sudut pandang masyarakat tentang hal ini, berdasarkan pengalaman langsung dari para pelaku usaha. Metode ini dipilih karena dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang situasi di lapangan melalui perspektif narasumber, yang sesuai dengan ciri penelitian kualitatif yang fokus pada pengertian mendalam terhadap fenomena sosial yang ada (Esyam, 2020).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara daring menggunakan aplikasi video call. Wawancara online dianggap efektif karena dapat mengatasi masalah jarak, mengurangi biaya, dan masih memungkinkan interaksi yang baik antara peneliti dan narasumber, bahkan dapat menangkap isyarat non-verbal lewat fitur video (Janghorban et al. , 2014). Wawancara dilaksanakan dengan format semi-terstruktur, di mana peneliti menyiapkan panduan pertanyaan namun memberi kesempatan kepada narasumber untuk mengembangkan jawaban sesuai pengalaman dan

pengetahuan mereka. Narasumber dalam penelitian ini merupakan seorang pelaku usaha olahan daun kelor yang telah menjalankan bisnis sejak tahun 2015. Pemilihan narasumber dilakukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu seperti pengalaman dalam menjalankan usaha dan keterlibatan dalam pengembangan produk berbasis daun kelor.

Selain data primer yang diperoleh melalui wawancara, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa studi literatur dari jurnal, artikel ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pengembangan usaha olahan daun kelor. Data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori serta mendukung hasil analisis dan pembahasan penelitian. Prosedur penelitian dimulai dengan tahap persiapan yang mencakup penyusunan panduan wawancara dan pemilihan narasumber. Tahap berikutnya adalah melaksanakan wawancara secara online pada waktu yang disepakati. Selama proses ini, peneliti mencatat dan mendokumentasikan dengan merekam percakapan, tentu saja dengan persetujuan dari narasumber. Hasil wawancara kemudian ditranskripsikan menjadi teks agar mempermudah proses analisis.

Untuk analisis data, digunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang meliputi proses reduksi data, penyajian informasi, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh diseleksi dan disederhanakan dengan mengikuti fokus penelitian, kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk narasi untuk memudahkan pemahaman. Tahap terakhir adalah menginterpretasikan data untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai profil usaha, proses pengolahan, perspektif masyarakat, strategi pengembangan, serta peluang dan tantangan dalam usaha olahan daun kelor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Usaha Olahan Daun Kelor

Berdasarkan hasil wawancara, usaha olahan daun kelor yang dijalankan oleh Ibu Nurhaeti selaku pendiri Rumah Kelor Anjani mulai berkembang sejak tahun 2015. Fokus utama usaha ini adalah mengolah daun kelor menjadi berbagai jenis produk pangan yang inovatif dan bernilai tambah. Pengembangan produk berbasis daun kelor ini menunjukkan bahwa tanaman ini memiliki potensi yang besar sebagai sumber pangan fungsional, karena mengandung berbagai nutrisi penting seperti protein, vitamin, mineral, dan antioksidan. Hal ini sejalan dengan pendapat Gopalakrishnan et al. (2016) yang menyatakan bahwa daun kelor dapat dikembangkan sebagai sumber pangan bernutrisi tinggi untuk meningkatkan kualitas gizi masyarakat.

Pada awal tahap pengembangan, pelaku UMKM menghadapi tantangan berupa rendahnya penerimaan produk yang berbahan dasar kelor di masyarakat. Banyak orang masih menganggap kelor berkaitan dengan hal-hal tradisional dan mistis, sehingga kurang diminati sebagai bahan pangan modern. Temuan ini sejalan dengan penelitian Handayani et al. (2024) yang menjelaskan bahwa penggunaan daun kelor dalam masyarakat masih rendah akibat kurangnya pengetahuan mengenai manfaat dan cara pengolahan kelor. Selain itu, Wahyuni et al. (2026) juga mengungkapkan bahwa faktor budaya dan rendahnya pemahaman gizi mengakibatkan pemanfaatan kelor belum maksimal di masyarakat.

Namun, seiring dengan perkembangan usaha, pelaku UMKM mulai melakukan edukasi dan inovasi produk agar lebih diterima oleh masyarakat, terutama oleh generasi muda. Produk olahan kelor dipresentasikan dengan desain dan konsep yang lebih modern, sehingga meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Hal tersebut mengindikasikan bahwa inovasi produk merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya saing usaha, sebagaimana dijelaskan oleh Hidayahtulla (2025) bahwa inovasi dapat menambah nilai dan menciptakan keunggulan kompetitif untuk UMKM.

Dalam perjalanannya, usaha ini tidak hanya dijalankan secara mandiri, tetapi juga melibatkan pelaku usaha mikro dan kecil lainnya melalui pembentukan komunitas. Kerjasama ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan produksi dan memperluas pemasaran.

### Proses Pengolahan Daun Kelor

Dalam pengolahan daun kelor menjadi produk makanan, dilakukan melalui beberapa tahap yang terencana. Proses diawali dengan pemilihan daun kelor berkualitas, baik daun muda maupun yang tidak terlalu tua. Pemilihan bahan baku ini sangat penting untuk menjaga rasa dan kandungan gizi. Selanjutnya, daun kelor dijemur selama dua hingga tiga hari pada suhu ruangan. Proses pengeringan ini harus dilakukan tanpa sinar matahari langsung agar kandungan gizi dalam daun tetap terjaga. Setelah kering, daun kelor diolah menjadi bubuk menggunakan blender.

Bubuk daun kelor itu kemudian digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan produk seperti roti, kue, cookies, minuman, dan lain-lain. Proses pengolahan ini menunjukkan bahwa daun kelor memiliki kemampuan adaptasi yang baik dalam inovasi produk. Meskipun begitu, ada tantangan dalam menyimpan bahan baku, karena bubuk kelor cenderung mudah lembab sehingga harus segera dipakai setelah diproses. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengolahan daun kelor memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam pengembangan produk pangan, sehingga berpotensi untuk terus dikembangkan menjadi berbagai inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pengolahan daun kelor menjadi berbagai produk pangan menunjukkan bahwa tanaman ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pangan fungsional. Hal ini sesuai dengan teori Gopalakrishnan et al. (2016) yang menyatakan bahwa daun kelor kaya akan kandungan protein, vitamin, mineral, dan antioksidan sehingga sangat potensial dijadikan bahan pangan bernilai tambah.

Selain itu, variasi produk yang dihasilkan menunjukkan adanya inovasi dalam pengembangan usaha. Inovasi tersebut dilakukan dengan menyesuaikan produk terhadap kebutuhan dan selera pasar. Hal ini sejalan dengan Vega dkk. (2025) yang menjelaskan bahwa inovasi melalui variasi produk dan peningkatan kualitas dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.

**Persepsi Masyarakat terhadap Daun Kelor**

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi pertumbuhan usaha olahan daun kelor adalah pandangan masyarakat. Berdasarkan wawancara, sebagian masyarakat masih memegang pandangan negatif terhadap daun kelor, yang dipandang terkait dengan hal-hal gaib atau tradisional. Pandangan ini mengakibatkan rendahnya ketertarikan masyarakat untuk mengonsumsi produk yang berbahan dasar kelor. Selain itu, kurangnya pemahaman mengenai manfaat dan nutrisi dari daun kelor juga menjadi faktor utama rendahnya pemanfaatan tanaman ini. Wahyuni et al. (2026) menjelaskan bahwa faktor budaya dan keterbatasan akses informasi turut memengaruhi rendahnya penggunaan daun kelor sebagai sumber pangan bergizi.

Namun, melalui upaya edukasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti sosialisasi dan promosi produk, pandangan masyarakat mulai menunjukkan pergeseran. Produk olahan kelor yang dikemas secara modern dan inovatif ternyata mampu menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda yang lebih menerima produk baru. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan tingkat pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh penting terhadap minat konsumsi produk berbasis kelor. Sehingga temuan ini sejalan dengan penelitian Handayani et al. (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat menyebabkan pemanfaatan kelor masih terbatas.

**Strategi Pengembangan Usaha**

Dalam mengembangkan bisnisnya, pelaku UMKM menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Salah satu cara yang paling penting adalah melakukan inovasi produk. Para pelaku usaha secara konsisten menciptakan variasi produk baru, seperti bolu susu kelor, cookies almond kelor yang menggunakan kelor sebagai bahan utama. Inovasi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha berupaya menyesuaikan produk dengan selera pasar, khususnya generasi muda yang cenderung menyukai produk yang unik dan mengikuti tren. Hal ini sejalan dengan Vega dkk. (2025) yang menyatakan bahwa inovasi melalui variasi produk dan peningkatan kualitas dapat meningkatkan nilai tambah serta daya saing produk di pasar.

Selain inovasi produk, strategi pemasaran juga merupakan aspek krusial dalam pengembangan usaha. Pemasaran dilakukan secara daring melalui media sosial dan platform e-commerce, serta secara luring melalui bazar, pameran, dan promosi langsung kepada publik. Hal ini sesuai dengan pendapat Mustika dkk. (2025) yang menyatakan bahwa Generasi Z sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial dalam menentukan pilihan konsumsi. Pelaku usaha juga menerapkan strategi promosi dengan memberikan sampel produk secara gratis dalam acara tertentu, seperti pameran atau kegiatan komunitas. Ini dimaksudkan untuk menarik minat konsumen dan memperkenalkan rasa produk kepada masyarakat. Di samping itu, kerja sama dengan pelaku UMKM lainnya juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jaringan usaha.

**Peluang dan Tantangan Pengembangan Daun Kelor**

Hasil studi menunjukkan bahwa daun kelor memiliki potensi besar untuk dijadikan produk makanan karena kandungan nutrisinya yang kaya serta meningkatnya kesadaran publik akan pentingnya hidup sehat. Potensi ini sejalan dengan pendapat Gopalakrishnan et al. (2016) yang mengemukakan bahwa daun kelor merupakan sumber nutrisi yang sangat baik dan berpeluang untuk dikembangkan menjadi makanan fungsional.

Namun, pengembangan produk berbasis daun kelor menghadapi berbagai kendala, seperti pandangan negatif dari masyarakat, kurangnya pengetahuan tentang manfaat kelor, dan keterbatasan dalam proses produksi. Situasi ini sesuai dengan temuan Handayani et al. (2024) dan Wahyuni et al. (2026) yang menyatakan bahwa faktor budaya dan rendahnya pemahaman gizi menjadi hambatan dalam pemanfaatan daun kelor oleh masyarakat.

Selain itu, tantangan lain berasal dari perubahan pola konsumsi generasi muda yang lebih menyukai makanan modern dan praktis. Menurut Irfan et al. (2025), generasi muda cenderung tertarik pada produk yang mengikuti tren, menarik secara visual, serta memiliki nilai kesehatan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, inovasi produk berbasis daun kelor perlu terus dilakukan agar mampu bersaing dengan produk modern lainnya dan lebih diterima oleh generasi muda.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa daun kelor memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai produk pangan yang memiliki fungsi khusus, berkat kandungan gizinya yang melimpah, seperti protein, vitamin, mineral, dan antioksidan. Potensi ini dimanfaatkan oleh UMKM Rumah Kelor Anjani melalui berbagai inovasi dalam produk olahan daun kelor, seperti roti, kue, cookies, dan minuman sehat yang disesuaikan dengan kebutuhan serta preferensi konsumen, terutama kalangan generasi muda.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengembangan bisnis olahan daun kelor masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pengetahuan masyarakat tentang khasiat daun kelor, pandangan tradisional yang menghubungkan kelor dengan hal-hal yang bersifat mistis, serta hambatan dalam proses produksi dan penyimpanan bahan. Namun, melalui upaya edukasi, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial dan platform digital, produk olahan daun kelor mulai mendapatkan penerimaan yang lebih baik di kalangan masyarakat.

Di samping itu, inovasi produk terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik dan kompetitivitas usaha. Produk yang dikembangkan dengan pendekatan modern, menawarkan variasi yang menarik, serta pemasaran yang mengikuti tren mampu menarik perhatian generasi muda terhadap produk berbasis daun kelor. Oleh karena itu, pengembangan produk olahan daun kelor memerlukan inovasi yang terus-menerus, pendidikan kepada masyarakat, serta dukungan dari berbagai pihak agar daun kelor bisa lebih dikenal, diterima, dan memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi di masyarakat.

## SARAN

1. Untuk pelaku UMKM, disarankan agar terus memperbaharui inovasi produk berbasis daun kelor yang mengikuti selera dan tren generasi muda, baik dari sisi rasa, penampilan, maupun kemasan.
2. Bagi pemerintah dan instansi terkait, penting untuk meluncurkan program edukasi yang lebih diarahkan kepada generasi muda melalui platform digital agar pemahaman tentang khasiat daun kelor dapat meningkat.
3. Masyarakat, terutama generasi muda, diharapkan lebih terbuka untuk mencoba produk makanan inovatif berbasis daun kelor sebagai bagian dari pola hidup sehat.
4. Untuk peneliti berikutnya, disarankan agar melakukan penelitian lebih mendalam mengenai perilaku konsumsi generasi muda terhadap produk berbasis kelor dengan pendekatan kuantitatif.

**REFERENSI**

Safana, A., & Nurfaridah, A. (2021). Pemanfaatan tanaman kelor sebagai peluang bisnis guna meningkatkan UMKM Desa Kepuh [Utilization of moringa plants as a business opportunity to increase UMKM in the village of Kepuh]. *BAKTIMU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1*(2), 109–116.

Fahey, J. W. (2005). *Moringa oleifera: A review of the medical evidence for its nutritional, therapeutic, and prophylactic properties. Part 1. Trees for Life Journal, 1*(5), 1–15.

Gopalakrishnan, L., Doriya, K., & Kumar, D. S. (2016). Moringa oleifera: A review on nutritive importance and its medicinal application. *Food Science and Human Wellness, 5*(2), 49–56. https://doi.org/10.1016/j.fshw.2016.04.001

Handayani, S. A., Muliani, R. H., Desi, N. M., Handayani, R. D., & Rakhimah, F. (2024). Edukasi pemanfaatan kelor dan ikan lele sebagai alternatif perbaikan status gizi balita stunting. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Cahaya Negeriku, 4*(2), 10–15.

Hidayahtulla, S. (2025). Perang inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Journal of Applied Economics and Business Global, 1*(1), 16–23.

Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022). Pengaruh kreatif, inovasi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan daya beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan, 2*(1), 117–138.

Irfan, M., Hariyanto, L., Elsty, K., Nurhasanah, A., Kusnedi, R., Sukana, M., & Umiarti, A. T. (2025). Inovasi kuliner untuk preferensi generasi Z di era digital dan ramah lingkungan. *Jurnal Destinasi Pariwisata, 13*(2).

Janghorban, R., Roudsari, R. L., & Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being, 9*, 24152. https://doi.org/10.3402/qhw.v9.24152

Marhaeni, L. S. (2021). Daun kelor (Moringa oleifera) sebagai sumber pangan fungsional dan antioksidan. *AGRISIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, 13*(2).

Mustika, N., Saputra, E., Nuryanto, H., & Gunawan, A. A. (2025). Pola konsumsi makanan junk food dan minuman bersoda generasi Z di Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora, 5*(3), 4096–4104.

Prakoso, I., Junadi, P., & Rusadi, R. A. (2025). Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan remaja dalam mengonsumsi makanan cepat saji di Indonesia: Scoping review. *Jurnal Kesehatan Tambusai, 6*(2), 6842–6854.

Rosaliza, M. (2015). Wawancara, sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya, 11*(2), 71–79.

Vega, N., Natalia, N., Zai, B., Nasution, A. R., Silalahi, N. E. L., Malau, C. O., & Sibarani, A. (2026). Analisis inovasi produk lokal untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4*(4), 7314–7322.

Wahyuni, I. N., Fathony, I. I., Nurhayati, E. S., Fahruroji, M., & Esa, Q. R. (2026). Pendekatan edukatif berbasis kearifan lokal dalam pencegahan stunting: Pemanfaatan daun kelor melalui media poster pada masyarakat Baduy Luar. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara, 10*(2), 534–544.