

**PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN AGROINDUSTRI TEH CELUP DAUN  
KELOR DI PT. LENTERA BUMI NUSANTARA  
(Studi Kasus di Desa Ciheras Kecamatan Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya)**

**NUNENG NURAENI<sup>1</sup>, TRISNA INSAN NOOR<sup>2</sup>, SUDRAJAT<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian Universitas Galuh

<sup>2</sup>Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

E-mail : nunengnuraeni99@gmail.com

**ABSTRAK**

Pemanfaatan tanaman kelor di Indonesia saat ini masih terbatas, selain pemanfaatan secara tradisional, daun kelor hingga saat ini dikembangkan menjadi produk pangan modern seperti teh daun kelor. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Proses produksi, 2) Penyerapan tenaga kerja, 3) Pemasaran, 4) Biaya dan pendapatan pada agroindustri teh celup daun kelor di PT. Lentera Bumi Nusantara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penentuan informan ditentukan dengan sengaja yaitu responden yang merupakan komisioner di PT. Lentera Bumi Nusantara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa :1) Proses pengolahan dimulai dari pengambilan daun kelor dari petani sebagai bahan baku pembuatan teh, kemudian pengikatan daun yang masih melekat pada tangkai, pencucian daun kelor, selanjutnya pelayuan daun, pengeringan daun dengan oven, sortasi daun, penghancuran daun dengan *blander* menjadi bubuk kelor, pengayakan bubuk, penimbangan bubuk, pengemasan tahap satu pada *tea bag*, pengemasan tahap akhir, pengepressan, pelabelan, dan siap dipasarkan. Kegiatan produksi teh daun kelor dilakukan setiap dua minggu sekali dan penjualan teh daun kelor dilakukan secara langsung maupun *online*. 2) Kegiatan pemasaran pada agroindustri teh celup daun kelor hanya melibatkan satu saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran nol tingkat, karena dalam pemasaran teh celup daun kelor tidak melibatkan lembaga pemasaran.

**Kata Kunci** : Proses Produksi, Pemasaran, Teh daun kelor.

**ABSTRACT**

*The use of moringa plants in Indonesia is still limited, in addition to traditional use, moringa leaves until now developed into modern food products such as moringa leaf tea. This study aims to : 1) Production process, 2) Absorption of labor, 3) Marketing, 4) Costs and revenues in moringa leaf teabag industry in PT. Lentera Bumi Nusantara. The method used in this study is descriptive qualitative determination of informants determined intentionally, namely respondents who are commissioners at PT. Lentera Bumi Nusantara the results showed that :1) The treatment processing starts from taking moringa leaves from the farmer as raw material for making tea, then binding the leaves that are still attached to the leaves with oven, sorting leaf, destruction of leaves with blander into moringa powder, powder extracting, powder weighing, packaging stage one on tea bag, final packaging, pressing, labeling, and ready to be marketed. Moringa leaf tea production activities are carried out every two weeks and the sale of moringa leaf tea is done directly or online. 2) Marketing activities in in agroindustry of moringa leaf teabag only involve one marketing channel, zero level marketing channel, because in marketing moringa leaf teabag do not involve marketing institutions.*

**Keywords:** Production Process, Marketing, Moringa leaf tea.

**PENDAHULUAN**

Tanaman kelor (*Moringa oleifera*) merupakan salah satu jenis tanaman tropis yang mudah tumbuh di daerah tropis seperti Indonesia. Tanaman kelor

merupakan tanaman perdu dengan ketinggian 7-11 meter dan tumbuh subur mulai dari dataran rendah 0 sampai ketinggian 700 meter di atas permukaan laut. Kelor dapat tumbuh pada daerah

tropis dan subtropis pada semua jenis tanah dan tahan terhadap musim kering dengan toleransi terhadap kekeringan sampai 6 bulan (Thomas, 2007).

Menurut penelitian *C. Gopelan*, yang dilakukan di *National Institute of Nutrition* di Hyberabad, India, bahwa nutrisi kelor akan semakin tinggi apabila daun kelor dikeringkan dan dibubukan. Daun kelor juga mengandung berbagai macam asam amino, antara lain asam amino yang berbentuk asam aspartat, asam glutamat, alanin, valin, leusin, isoleusin, histidin, lisin, arginin, venilalanin, triftopan, sistein dan metionin. Bila dilihat kandungan gizi daun kelor segar maupun kering, dibandingkan dengan tabel angka kecukupan gizi yang dikeluarkan oleh departemen kesehatan Republik Indonesia maupun *WHO/FAO*, maka daun kelor sangat memungkinkan untuk dikonsumsi guna memenuhi berbagai kebutuhan gizi, terutama pada anak 1-3 tahun dan ibu hamil/menyusui (Jonni, dkk., 2008).

Pemanfaatan tanaman kelor di Indonesia saat ini masih terbatas. Masyarakat biasa menggunakan daun kelor sebagai pelengkap dalam masakan sehari-hari, bahkan tidak sedikit yang menjadikan tanaman kelor hanya sebagai tanaman pembatas lahan ladang ataupun sawah, bahkan di beberapa wilayah di Indonesia

pemanfaatan daun kelor lebih banyak untuk memandikan jenazah, meluruhkan jimat, dan sebagai pakan ternak (Jonni, dkk. 2008).

Selain pemanfaatan secara tradisional, daun kelor hingga saat ini dikembangkan menjadi produk pangan modern seperti teh daun kelor. Kelor merupakan salah satu komoditas pertanian yang terabaikan di Kecamatan Cipatujah, sehingga perlu adanya suatu penanganan pengolahan hasil daun kelor yang mampu memberikan nilai tambah baik harga ataupun kualitas yang lebih baik daripada komoditas mentahnya.

Untuk meningkatkan nilai ekonomis dari tanaman kelor, salah satu pengolahannya yaitu dengan cara mengolah kelor menjadi teh celup daun kelor. Pada tahun 2017 PT. Lentera Bumi Nusantara mengolah daun kelor menjadi teh celup setelah tahu kandungan gizi dan manfaat yang terdapat didalam daun kelor. PT. Lentera Bumi Nusantara membuat inovasi kelor menjadi teh celup awalnya hanya melakukan produksi dirumah warga dengan skala kecil karena pembuatan teh celup daun kelor hanya sebagai sampingan saja karena fokus utama PT. Lentera Bumi Nusantara adalah pada kincir angin pembangkit listrik.

Setelah mempromosikan melalui media sosial dan pelatihan-pelatihan dilingkungan PT. Lentera Bumi Nusantara ternyata respon masyarakat terhadap teh daun kelor cukup baik dan meunjukkan bahwa masyarakat sekitar maupun konsumen dari luar daerah/kota cukup antusias terhadap teh celup daun kelor. PT. Lentera Bumi Nusantara menciptakan produk teh celup daun kelor merupakan kolaborasi PT. Lentera Bumi Nusantara dengan bisnis berbasis masyarakat, dengan membeli produk-produk di PT. Lentera Bumi Nusantara konsumen turut mendukung cita-cita PT. Lentera Bumi Nusantara dalam memajukan bisnis lokal berskala mikro di Desa Ciheras, Tasikmalaya. Permintaan terhadap teh celup daun kelor semakin banyak dikarenakan konsumen mulai menyadari bahwa didalam daun kelor terdapat banyak sekali manfaat dan kandungan gizi yang dibutuhkan oleh tubuh.

Permintaan teh celup daun kelor kebanyakan dari luar kota, dan tidak jarang masyarakat sekitarpun banyak yang sudah mengkonsumsi teh kelor untuk obat ataupun sekedar untuk menggantikan kopi. PT. Lentera Bumi Nusantara sendiri memproduksi teh kelor sebanyak 200 *pouch/unit* selama satu kali proses produksi dengan isi satu unit sebanyak 25

kantong teh/25 teh celup, dimana satu kantong teh memiliki berat 1 gram, sehingga total satu bulan produksi teh celup adalah 5000 gram, stok setiap bulannya selalu habis oleh mahasiswa-mahasiswi yang melakukan praktek kerja lapangan di PT. Lentera Bumi Nusantara dan oleh *reseller-leseller* yang ingin menjualnya kembali.

Kecamatan Cipatujah merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Tasikmalaya yang banyak tumbuh tanaman kelor, dengan adanya pengolahan daun kelor menjadi teh celup diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan di wilayah Kecamatan Cipatujah, Desa Ciheras merupakan satu-satunya desa di Kecamatan Cipatujah yang mengolah daun kelor menjadi teh celup lebih tepatnya di PT. Lentera Bumi Nusantara. Bahannya yang alami menjadikan teh celup daun kelor diminati oleh masyarakat sekitar dan konsumen lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada agroindustri teh celup daun kelor di Desa Ciheras Kecamatan Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya, secara *purposive Sampling*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. karakteristik responden

Umur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam bekerja, semakin tua umur seseorang maka kemampuan fisik dalam bekerja semakin berkurang. Responden yang dijadikan sebagai narasumber berumur 39 tahun. Sesuai dengan pendapat Anjayani dan Haryanto (2009) bahwa penduduk usia produktif adalah penduduk yang berumur antara 15 sampai 64 tahun. Oleh karena itu yang dijadikan sebagai responden masih termasuk ke dalam usia produktif.

### b. Proses Produksi

Menurut Ahyari (2002) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan faktor produksi yang ada. menurut Render dan Heizer (2001) yaitu, mungkin sebanyak 75% produksi dicapai dalam keadaan jumlah produk atau kumpulan produk yang berbeda-beda dengan jumlah sedikit ditempat-tempat yang disebut bengkel kerja "*job shop*", proses yang aneka produksinya sedikit dan variasinya banyak dikenal dengan istilah *intermittent processes*.

#### 1. Pengadaan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh PT. Lentera Bumi Nusantara dibeli langsung dari warga, yang diambil disekitar Desa Ciheras, jaraknya sekitar 1-

2 km. Sebanyak 40 kg dalam satu kali proses produks, bahan baku daun kelor segar diperoleh dengan cara mudah karena terletak didepan rumah warga. Daun kelor yang bagus untuk dijadikan teh daun kelor adalah daun yang berwarna hijau tua dan biasanya terletak pada bagian pucuk atas.

#### 2. Pengikatan Tangkai Kelor

Setelah pengambilan bahan baku kemudian dilakukan pengikatan tangkai kelor yang masih ditemplei daun-daun kelor, pengikatan ini bertujuan untuk mempermudah pelayuan. Satu ikat terdiri dari 10 tangkai kelor dan diikat menggunakan karet gelang biasa. Perlakuan ini dilakukan agar pada saat daun kelor dicuci lebih gampang tanpa harus mengambil per tangkai kelor.

#### 3. Pencucian dan Pelayuan Bahan Baku

Pencucian daun kelor segar dan tangkai yang sudah diikat dengan karet gelang, dilakukan dengan dua cara: 1) mencuci langsung di kran air, dan 2) dicuci menggunakan ember. Kedua proses ini memiliki keuntungan dan kelemahannya masing-masing. Pada proses pertama, bahan baku dicuci dengan air mengalir sehingga kotoran yang menempel pada daun kelor akan terlepas dan tidak akan mengotori bahan baku yang selanjutnya,

Selanjutnya proses kedua, dapat meminimalisir kehilangan daun kelor segar

karena berada pada wadah tertutup, namun air yang dihasilkan tidak mengalir sehingga kotoran akan mengenai bahan baku selanjutnya kecuali air yang berada dalam ember tersebut setiap kali selesai pencucian pertama, namun akan menghabiskan waktu yang lebih lama.

Tahap selanjutnya adalah pelayuan, proses pelayuan ini dilakukan didalam ruangan yang sudah dilengkapi dengan tali di langit-langit ruangan. Kelor yang sudah diikat dan dicuci digantungkan kemudian dibiarkan selama 3 hari. Ruangan ini juga dilengkapi ventilasi, proses pelayuan ini tidak dilakukan dibawah sinar matahari langsung karena akan merusak zat-zat penting yang terkandung didalam daun kelor. Sehingga proses pelayuan hanya diangin-anginkan saja dan bisa menghabiskan waktu cukup lama. Tanda-tanda proses pelayuan selesai adalah bergugurannya daun kelor saat disentuh dan dikenai angin yang sedikit kencang.

#### **4. Sortasi Daun Kelor**

Selanjutnya adalah sortasi daun kelor yang sudah melewati proses pelayuan. Sortasi ini adalah proses pemisahan daun dari tangkainya dan membuang daun-daun jelek yang berwarna kuning serta memiliki hama atau hewan-hewan pengganggu. Proses ini dilakukan

secara manual dengan mengambil satu-persatu daun-daun yang cacat.

#### **5. Pengeringan dan Penghalusan Daun Kelor**

Pengeringan daun kelor yang sudah layu dilakukan dengan menggunakan oven yang membutuhkan waktu selama satu jam. *Pan* yang sudah berisi daun kelor kemudian dimasukkan kedalam oven secara horizontal. Oven ini menggunakan kompor gas sebagai alat pembakarannya. Untuk mengatasi kekosongan maka *pan* yang paling bawah dipindahkan ke tingkat paling atas setiap 5 menit sekali, kemudian *pan* selanjutnya mengikuti sampai proses selesai. Daun yang kering ditandai dengan kerapuhan daun saat dihancurkan menggunakan tangan.

Proses penghalusan daun kelor dilakukan dengan menggunakan *blander*, prosesnya adalah daun kelor yang sudah kering dimasukkan kedalam *blander* kemudian dipadatkan setelah itu dilakukan proses penghancuran. Daun kelor yang sudah dihaluskan dan menjadi bubuk daun kelor, kemudian selanjutnya adalah daun kelor diayak sebanyak dua kali. Ayakan yang digunakan adalah ayakan tepung.

#### **6. Pengemasan Tahap Satu dan akhir**

Pengemasan tahap satu yaitu memasukan serbuk teh ke dalam *tea bag*, dengan berat satu gram disetiap *tea bag*,

setelah bubuk teh dimasukkan kedalam *tea bag* diikuti pemasangan tali yang nantinya memudahkan proses pencelupan teh, maka selanjutnya dilakukan pengepersan *tea bag* dengan menggunakan mesin *press*. Pengepresan ini bertujuan untuk menutup kantong the, kemudian selanjutnya adalah pelabelan yaitu pemberian label kecil pada tali yang sudah menyatu dengan *tea bag*.

Pengemasan tahap ahir yaitu memasukan 25 *tea bag* yang sudah diberi tali, dan label kecil kedalam *pouch* berlabel atau kemasan besar yang kemudian dilakukan pengpresan kembali agar *pouch* tersegel dan siap untuk dipasarkan.

### **Pemasaran Teh Celup Daun Kelor**

Pemasaran produk yang dihasilkan PT. Lentera Bumi Nusantara dikelola oleh bidang pemasaran yang ada di PT. Lentera Bumi Nusantara, target pemasaran teh daun kelor adalah konsumen menengah ke atas yang biasa mengkonsumsi makanan dan minuman herbal. Kotler dan Keller (2011) menjelaskan, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum dipenuhi, diantaranya mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, pasar sasaran mana yang paling baik dilayani organisasi, menentukan harga produk jasa dan program yang tepat untuk melayani

pasar tersebut. Namun tidak jarang masyarakat menengah kebawah juga ikut membeli produk teh daun kelor. Pemasaran dilakukan secara langsung dan online. Namun karena banyaknya mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan praktek kerja lapangan di PT. Lentera Bumi Nusantara, maka teh daun kelor selalu habis terjual di lingkungan perusahaan sendiri. Kegiatan pemasaran teh celup daun kelor merupakan proses pendistribusian produk dari produsen ke konsumen. Swasta (2008), menjelaskan bahwa pemasaran adalah satu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Saluran pemasaran teh celup daun kelor dari produsen ke konsumen tersaji pada Gambar.



**Gambar . Saluran Pemasaran teh celup daun kelor**

Kegiatan pemasaran pada agroindustri teh celup daun kelor hanya melibatkan satu saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran nol tingkat, karena produsen tidak melibatkan lembaga

pemasaran. Saluran pemasaran (*marketing channels*) adalah sekelompok organisasi yang bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan dan dikonsumsi, saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir (Kotler dan Keller, 2009) Kesadaran masyarakat akan kesehatan serta berbagai manfaat dari daun kelor menjadikan teh celup daun kelor memiliki pasar tersendiri. Berkembangnya dunia digital saat ini memungkinkan teh celup daun kelor dipasarkan secara luas, cepatnya informasi di era digital juga dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, sehingga konsumen yang jauh dari lokasi agroindustri dapat membelinya secara *online*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Proses pengolahan dimulai dari pengambilan daun kelor dari petani sebagai bahan baku pembuatan teh, kemudian pengikatan daun yang masih melekat pada tangkai, pencucian daun kelor, selanjutnya pelayuan daun, pengeringan daun dengan

oven, sortasi daun, penghancuran daun dengan *blander* menjadi bubuk kelor, pengayakan bubuk, penimbangan bubuk, pengemasan tahap satu pada *tea bag*, pengemasan tahap akhir, pengepressan, pelabelan, dan siap dipasarkan. Kegiatan produksi teh daun kelor dilakukan setiap dua minggu sekali dan penjualan teh daun kelor dilakukan secara langsung maupun *online*. 2) Kegiatan pemasaran pada agroindustri teh celup daun kelor hanya melibatkan satu saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran nol tingkat, karena dalam pemasaran teh celup daun kelor tidak melibatkan lembaga pemasaran.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah: 1) Bagi pengusaha agroindustri teh celup daun kelor skala produksi kecil agar dapat meningkatkan kuantitas produksinya agar nilai tambah dan keuntungan yang diperoleh meningkat. 2) Bagi dinas terkait yaitu Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya hendaknya dapat lebih mendukung pengembangan usaha, salah satunya dengan memberikan pembinaan kembali pada petani kelor agar melaksanakan kegiatan yang mendukung agroindustri teh celup daun kelor. 3) Bagi peneliti lain sebaiknya melakukan penelitian lanjutan

strategi pengembangan agroindustri ten celup daun kelor pada agroindustri teh celup dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Ahyari, A. 2003. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Lembaga Penerbit BPFE-UGM. Yogyakarta.

Anjayani dan Haryanto, 2009. *Geografi: Jelajah Bumi dan Alam Semesta*. Citra Raya. Bandung.

Kotler, P. Kaller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Heizer, J. dan Reider, B. 2001. *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*. Penerbit Salemba Empat dan Pearson Education Asia, Ptc. Ltd.

Simbolan, JM, M Sitorus, N Katharina. 2008. *Cegah Malnutrisi dengan Kelor*. Kanisius. Yogyakarta.

Swastha. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Penerbit Liberty-Yogyakarta. Yogyakarta.

Thomas, A. 2007. *Tanaman Obat Tradisional*. Kanisius. Yogyakarta

Kotler, P. Kaller. 2011. *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa : Bob Sabra, Erlangga. Jakarta.