

**BISNIS PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lam.)  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

SKRIPSI



Oleh:

NABILA RIZKIKA RAMADHANI ROSYARDI

NPM: 18024010105

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2023**

**BISNIS PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lam.)  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

Oleh:

**NABILA RIZKIKA RAMADHANI ROSYARDI**

**NPM: 18024010105**

Telah diterima pada tanggal  
21 Juni 2023

Telah Disetujui oleh:

**Pembimbing Pendamping**

**Pembimbing Utama**

**Dr. Ir. Mubarakah, MTP**  
NIP. 19621114 198803 2001

**Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM**  
NIP. 19630218 198903 1002

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi Agribisnis**

**Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001

**BISNIS PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (*Moringa oleifera* Lam.)  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

Oleh:

**NABILA RIZKIKA RAMADHANI ROSYARDI**

**NPM: 18024010105**

Telah dipertahankan dihadapkan dan diterima Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada hari Selasa tanggal 18 bulan Juli Tahun 2023

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


  
**Dr. Ir. Mubarakah, MTP**  
NIP. 19621114 198803 2001

  
**Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM**  
NIP. 19630218 198903 1002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi  
Agribisnis

  
**Dr. Ir. Wanti Mindari, MP**  
NIP. 19631208 199003 2001

  
**Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.**  
NIP. 19620712 199103 2001

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme. Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : **“Bisnis Produk Olahan Daun Kelor (*Moringa oleifera Lam.*) Dalam Perspektif Konsumen”** menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Juli 2023  
Yang Membuat Pernyataan,



Nabila Rizkika Ramadhani Rosyardi  
NPM : 18024010105

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Bisnis Produk Olahan Daun Kelor (*Moringa oleifera Lam.*) Dalam Perspektif Konsumen” yang dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari Allah Yang Maha Esa serta berkat dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM dan Dr. Ir. Mubarakah, MTP selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan saran serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis. Penulis juga mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak pengetahuan selama mengikuti perkuliahan.
4. Kedua orang tua dan kakak tercinta yang selalu memberikan do’a, dukungan, semangat, serta selalu mengusahakan yang terbaik selama ini untuk penulis.
5. Teman-teman agribisnis 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan secara langsung maupun tidak langsung,

serta menjadi motivasi bagi penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan cepat dan tepat.

6. Firdaus Al Kautsar yang turut serta membantu melancarkan penulisan, memberikan ide, motivasi, semangat, materi, dan waktunya selama penulis menyusun skripsi.
7. Semua pihak yang telah menyempatkan waktu untuk berkontribusi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun penyajian dari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyusunan, bahasan, maupun penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Surabaya, Juli 2023

Penulis

**BISNIS PRODUK OLAHAN DAUN KELOR (*Moringa oleifera Lam.*)  
DALAM PERSPEKTIF KONSUMEN**

**Nabila Rizkika Ramadhani Rosyardi, Syarif Imam Hidayat, dan Mubarokah**

**ABSTRAK**

Saat pandemi Covid 19 terjadi di tahun 2020 kesehatan menjadi salah satu hal yang penting bagi seluruh umat manusia, peneliti dari berbagai belahan dunia melaporkan daun kelor memiliki potensi antivirus yang telah dibuktikan secara uji *in vitro* bahwa daun kelor lebih efektif melawan virus influenza sehingga daun kelor menjadi dikenal kembali oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara sebagai alternatif obat herbal dan jamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengetahuan konsumen terhadap daun kelor dan produk olahannya, serta untuk menganalisis alasan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk olahan daun kelor. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif berbasis fenomenologi yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data *Accidental Sampling* yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan kriteria pelanggan yang telah membeli dan pernah mengonsumsi produk olahan daun kelor. Data diolah menggunakan analisis Miles dan Huberman yang diuji keabsahannya sesuai dengan teori Moleong. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) tidak semua konsumen mengetahui dan memahami tentang daun kelor dan produk olahannya. 2) semakin baik seseorang menyadari pentingnya menjaga kesehatan dan mempertahankan kondisi tubuh agar tetap bugar, maka minat beli orang tersebut semakin tinggi untuk membeli dan mengonsumsi produk olahan daun kelor.

Kata kunci: bisnis, daun kelor, perilaku konsumen

## **BUSINESS PRODUCTS PROCESSED MORINGA LEAVES (*Moringa oleifera Lam.*) IN THE CONSUMER PERSPECTIVE**

**Nabila Rizkika Ramadhani Rosyardi, Syarif Imam Hidayat, and Mubarokah**

### **ABSTRACT**

When the Covid 19 pandemic occurred in 2020 health became one of the important things for all mankind, researchers from various parts of the world reported that moringa leaves have antiviral potential which has been proven in vitro tests that moringa leaves are more effective against influenza viruses so that moringa leaves become known again by the people of Indonesia and abroad as an alternative to herbal medicines and herbs. This study aims to identify consumer knowledge of moringa leaves and their processed products, as well as to analyze the reasons consumers buy and consume moringa leaf processed products. The type of research used is phenomenology-based qualitative descriptive with Accidental Sampling data collection techniques carried out by distributing questionnaires. The number of respondents in this study as many as 30 people with the criteria of customers who have purchased and consumed processed products moringa leaves. The Data were processed using Miles and Huberman analysis which tested its validity in accordance with Moleong theory. The results of this study indicate that 1) not all consumers know and understand about moringa leaves and processed products. 2) The Better a person realizes the importance of maintaining health and maintaining the condition of the body to stay fit, the higher the person's interest in buying and consuming moringa leaf processed products.

Keywords: business, moringa leaves, consumer behavior



## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Fenomenologi .....	15
2.2.2 Agribisnis.....	16
2.2.3 Produk Olahan (Agroindustri).....	18
2.2.4 Tanaman Kelor .....	21
2.2.5 Perilaku Konsumen.....	26
2.2.6 Pengetahuan.....	30
2.3 Kerangka Berpikir .....	33

III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian .....	36
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
3.3 Penentuan Sampel .....	37
3.4 Sumber Data.....	38
3.4.1 Data Primer.....	38
3.4.2 Data Sekunder.....	40
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.5.1 Definisi Operasional .....	40
3.5.2 Pengukuran Variabel .....	42
3.6 Analisis Data .....	44
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
4.1 Gambaran Umum .....	53
4.2 Pengetahuan Konsumen terhadap Daun kelor dan Produk Olahan .....	55
4.2.1 Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tahu .....	57
4.2.2 Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Paham.....	65
4.2.3 Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Aplikasi.....	73
4.2.4 Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Analisis .....	82
4.3 Alasan Konsumen dalam Membeli dan Mengonsumsi Produk Olahan Daun Kelor .....	91
4.3.1 Alasan Sosiologis .....	92
4.3.2 Alasan Ekonomis .....	97
4.3.3 Alasan Filosofis .....	103
4.3.4 Alasan Medis .....	108

4.4	Upaya untuk Menjadikan Daun Kelor dan Produk Olahannya Menjadi Pilihan Makanan dan Minuman Alternatif dalam Meningkatkan Kebugaran dan Stamina Tubuh.....	114
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1	Kesimpulan .....	118
5.2	Saran.....	118
	DAFTAR PUSTAKA.....	120
	LAMPIRAN .....	129

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1	Kandungan Daun Segar dan Daun Kering.....	3
1.2	Perbandingan Gizi Daun Kelor Segar dan Daun Kelor Kering.....	3
1.3	Daftar Produk Olahan Daun Kelor di BPOM.....	4
2.1	Jurnal Penelitian Terdahulu .....	10
3.1	Pengukuran Variabel .....	42
3.2	Kategori Pengukuran Skala Likert.....	43
3.3	Kategori Interpretasi Skor.....	44
3.4	Bentuk Pertanyaan Tujuan Pertama.....	47
3.5	Bentuk Pertanyaan Tujuan Kedua .....	50
3.6	Interpretasi Upaya dan Tindakan Tujuan Ketiga.....	52
4.1	Nama Merk dan Produk Olahan di Griyanesia.....	54
4.2	Persepsi Konsumen Terhadap Deskripsi Daun Kelor .....	58
4.3	Persepsi Konsumen Terhadap Bentuk Daun Kelor .....	59
4.4	Persepsi Konsumen Terhadap Sumber Informasi Daun Kelor.....	60
4.5	Persepsi Konsumen Terhadap Waktu Penerimaan Informasi Daun Kelor .....	61
4.6	Persepsi Konsumen Terhadap Manfaat Daun Kelor .....	62
4.7	Persepsi Konsumen Terhadap Antioksidan Daun Kelor .....	66
4.8	Persepsi Konsumen Terhadap Kandungan Vitamin Daun Kelor .....	67
4.9	Persepsi Konsumen Terhadap Perbandingan Kandungan Gizi Daun Kelor .....	68
4.10	Persepsi Konsumen Terhadap Fungsi Daun Kelor.....	69
4.11	Persepsi Konsumen Terhadap Produk Olahan Daun Kelor.....	70

4.12	Persepsi Konsumen Terhadap Bentuk Produk Olahan Daun Kelor ..	74
4.13	Persepsi Konsumen Terhadap Pemilihan Produk Olahan Daun Kelor	76
4.14	Persepsi Konsumen Terhadap Harga Produk Olahan Daun Kelor....	77
4.15	Persepsi Konsumen Terhadap Intensitas Penggunaan Produk Olahan Daun Kelor.....	78
4.16	Persepsi Konsumen Terhadap Tujuan Penggunaan Produk Olahan Daun Kelor.....	79
4.17	Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Kesukaan Produk Olahan Daun Kelor.....	83
4.18	Persepsi Konsumen erhadap Keseimbangan Harga dan Khasiat Produk Olahan Daun Kelor .....	84
4.19	Persepsi Konsumen Terhadap Harapan Khasiat Produk Olahan Daun Kelor .....	85
4.20	Persepsi Konsumen Terhadap Perbedaan Penggunaan Produk Olahan Daun Kelor.....	86
4.21	Persepsi Konsumen Terhadap Pertimbangan Rekomendasi Produk Olahan Daun Kelor .....	87
4.22	Tingkat Pengetahuan Konsumen Terhadap Daun Kelor dan Produk	90
4.23	Alasan Konsumen dalam Membeli dan Mengonsumsi Produk Olahan.....	114
4.24	Peran Pemerintah, Produsen, dan Konsumen dalam Penguatan.....	117

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Produk Domestik Bruto Pertanian di Indonesia .....	1
1.2	Penjualan Online Produk Olahan Daun Kelor.....	6
1.3	Penjualan Offline Produk Olahan Daun Kelor .....	6
2.1	Tanaman Kelor .....	21
2.2	Skema Kerangka Berpikir.....	35
3.1	Lokasi Penelitian .....	36
3.2	Alur Flowchart Tujuan Pertama .....	46
3.3	Alur Flowchart Tujuan Kedua .....	49
3.4	Alur Flowchart Tujuan Ketiga.....	52
4.1	Toko Baru Griyanesia.....	53
4.2	Akun Media Sosial dan Marketplace Griyanesia .....	55
4.3	Bagan Tingkatan Pengetahuan .....	56
4.4	Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tahu.....	57
4.5	Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Paham .....	65
4.6	Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Aplikasi .....	73
4.7	Produk Rempeyek Kelor.....	74
4.8	Produk Ekstrak Kapsul Daun Kelor .....	75
4.9	Produk Moringa Latte.....	75
4.10	Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Analisis.....	82
4.11	Distribusi Pandangan Masyarakat .....	92
4.12	Distribusi Tradisi .....	94
4.13	Distribusi Rekomendasi.....	95

4.14	Distribusi Harga Produk .....	97
4.15	Distribusi Ketersediaan Produk .....	99
4.16	Distribusi Kegunaan Produk.....	101
4.17	Distribusi Keyakinan Ilmu.....	103
4.18	Distribusi Kepercayaan Produk .....	105
4.19	Distribusi Keinginan.....	107
4.20	Distribusi Manfaat Produk.....	109
4.21	Distribusi Keefektifan Produk .....	110
4.22	Distribusi Keamanan Produk.....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	129
2	Data Hasil Kuesioner.....	135
3	Hasil Olah Data Skala Likert.....	139