

KOMUNIKASI KREATIF UMKM DAPUR ARU DALAM INOVASI PRODUKSI DAUN KELOR DI DESA WISATA KELOR SALO TIMUR

Farhan Putra Mahesa¹, Chesa Elentiranda², Perawati³

farhanmahesa171@gmail.com¹, chesaelentiranda@gmail.com², perawati@umri.ac.id³

Universitas Muhammadiyah Riau

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengolahan daun kelor yang unik. Terciptanya ide olahan daun kelor ini berasal dari pemilik Dapur Aru melihat daun kelor tidak memiliki nilai ekonomi karena hanya dijadikan tanaman pagar bagi masyarakat Kampar dan dikonsumsi sebagai sayuran dan akhirnya diolah menjadi tepung, teh, coklat, minyak angin bahkan sabun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bentuk komunikasi kreatif UMKM Dapur Aru terhadap Inovasi pemanfaatan daun kelor di Desa Salo Timur, Kampar yang di olah menjadi berbagai produk. Kemudian penulis melakukan identifikasi komunikasi kreatif dan branding UMKM Dapur Aru yang melakukan kerjasama dengan stakeholder terkait. Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian dengan metoder deskriptif kualitatif dengan prosedur pengumpulan data. Berdasarkan analisis penelitian ini didapatkan bahwa Inovasi pemanfaatan daun kelor yang diolah menjadi beragam produk kosmetik, olahan makanan dan obat-obatan herbal berhasil dikomunikasikan melalui berbagai media baik media digital ataupun konvensional. Komunikasi yang secara berkelanjutan menghasilkan sebuah branding sehingga Desa Salo Timur dikenal dengan 'Desa Wisata Kelor'.

Kata Kunci: Komunikasi Kreatif 1; UMKM 2; Inovasi 3; Daun Kelor 4.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Aru yang berada di Desa Salo Timur Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar didirikan pada tahun 2020. UMKM ini telah memberdayakan daun kelor menjadi inovasi bisnis baru di kabupaten Kampar dengan variasi produk yang juga menarik hingga sudah dikirim ke seluruh provinsi Riau hingga ke luar negeri. Awal mulanya, usaha ini didirikan oleh Nurhidayah Sari bersama suaminya. Saat itu, Suami

Nurhidayah Sari merupakan seorang sebagai peneliti di Balai Penelitian teknologi serat tanaman hutan. Pada awalnya, produk yang dihasilkan dari daun kelor berupa tepung daun kelor dan the daun kelor. Hingga tahun 2021, UMKM ini mendapatkan program tjsl PLN peduli unit induk pembangunan Sumatera bagian tengah bekerja sama dengan Balai Penelitian teknologi serat tanaman hutan untuk mendukung program ketahanan pangan dinas ketahanan pangan kabupaten Kampar yang bernama Ocu mapan atau optimalisasi cara Mandiri pangan di program dengan mendapatkan pelatihan Bagaimana budidaya dan pengolahan kelor untuk kelompok wanita Tani sehingga dihasilkanlah industri rumah tangga berbasis berbasis bahan olahan kelor. Pada tahun 2022, UMKM Dapur Aru mendapatkan kegiatan tjs kembali dengan mempunyai rumah produksi kosmetik. Dimana kegiatan ini membagikan cara membuat natural soap bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk membuat sabun berbahan kelor. Selain itu, menariknya UMKM ini membuat coklat kelor khas Kampar yang berbentuk hati dengan berwarna hijau. Coklat ini tentunya kandungan nutrisinya sangat luar biasa dan terdapat kacang mete di dalamnya.

Dengan olahan coklat bercampur daun kelor dan kacang mete, produk ini berhasil menjadi best seller di dapur Aru. Selain itu juga terdapat olahan daun kelor menjadi stik kelor, peyek kelor, bahkan makanan katering seperti rendang yang dihiasi daun kelor.

Disebutkan bahwa produksi daun kelor mencapai 160 kg untuk diekspor ke Malaysia.

Asal mula terciptanya ide olahan daun kelor ini berasal dari pemilik Dapur Aru melihat daun kelor tidak memiliki nilai ekonomi karena hanya dijadikan tanaman pagar bagi masyarakat Kampar dan dikonsumsi sebagai sayuran. Sari dan suami akhirnya membaca jurnal-jurnal terkait manfaat daun kelor yang sangat luar biasa. Akhirnya mengajak para ibu-ibu di Kampar dan Kelompok Wanita Tani untuk menanam daun kelor untuk diolah dan menjadi sumber tambahan pendapatan. Sebelumnya telah dilakukan beberapa penelitian untuk mengisolasi senyawa bioaktif dari berbagai bagian tanaman karena berbagai aplikasinya. Fitomedicine masih dipercaya dan banyak digunakan sebagai salah satu alternatif dalam bidang pengobatan karena harganya yang terjangkau.

METODOLOGI

Peneliti menggunakan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan prosedur penelitian pemecahan masalah yang diselidiki berdasarkan data terkait objek penelitian. Pada penelitian ini berfokus kepada komunikasi kreatif yang dilakukan oleh UMKM Dapur Aru yang melakukan inovasi dengan menghasilkan beragam produk dari olahan daun kelor yang dibudidayakan oleh masyarakat lokal Desa Salo Timur.

Berdasarkan analisis tersebut penulis mendeskripsikan upaya komunikasi kreatif berdasarkan bentuk dan media yang digunakan untuk mempublikasikan inovasi tersebut secara

masif dan seluas-luasnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, wawancara, observasi, dan studi pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Oleh UMKM Dapur Aru

Berangkat dari pengolahan daun kelor yang hanya dimasak menjadi sayur dan tidak memiliki nilai ekonomi. Kemudian Nurhidayah Sari bersama suaminya yang merupakan seorang sebagai peneliti di Balai Penelitian teknologi serat tanaman hutan tergugah untuk melakukan inovasi pengolahan daun kelor untuk menghasilkan beragam produk yang diketahui daun kelor memiliki banyak manfaat. Sehingga dihasilkanlah industri rumah tangga berbasis bahan olahan kelor yang di produksi di rumah produksi Dapur Aru. Dengan begitu banyak manfaat yang dihasilkan dari mengkonsumsi daun kelor hingga mendorong Nurhidayah Sari dan suaminya untuk menjadikan daun kelor sebagai bahan utama untuk menghasilkan beragam variasi produk olahan makanan ataupun kosmetik sehingga masyarakat dapat menikmati kelor dengan cara yang berbeda tidak hanya sebagai sayur.

Kabupaten Kampar yang memang cukup terkenal dengan beragam wisata kuliner khususnya, dan pada awal tahun 2020 kembali menghasilkan sebuah inovasi bisnis pengolahan daun kelor dengan memberdayakan Kelompok Wanita Tani Desa Salo Timur, Kampar sebagai sumber produksi dari budidaya dan penghasil suplai daun kelor untuk kemudian diolah menjadi beragam variasi produk mulai dari produk kosmetik hingga beragam produk olahan makanan yang dikemas dengan menarik hingga saat ini sudah dikirim tidak hanya di provinsi Riau tetapi juga sampai ke Pulau Jawa, Pulau Nusa Tenggara dan mancanegara.

Saat ini Desa Salo Timur sudah dikenal dengan sebutan 'Desa Kreatif Kelor' Kabupaten Kampar karena inovasi kelompok wanita tani dan UMKM Dapur Aru. Dapur Aru kemudian menyediakan sarana Rumah Kelor Dapur Aru yang digunakan sebagai pusat edukasi bagi siswa- siswa sekolah, mahasiswa dan juga ibu-ibu masyarakat sekitar yang dibantu juga oleh kelompok wanita tani untuk mereka belajar memberdayakan dan mengolah daun kelor menjadi berbagai olahan produk yang bermanfaat.

Beberapa variasi produk yang sudah dihasilkan seperti produksi sabun cair dari daun

kelor, kemudian produk makanan dan kuliner seperti Coklat kelor, Cookies kelor, Stik Kelor, Abon Kelor Ikan Patin, Tepung kelor, The kelor, Mianyak biji kelor. Produksi olahan ini akan terus dikembangkan secara berkelanjutan dan konsisten. Dengan membentuk kerjasama dengan sesama UMKM baik local ataupun luar daerah. Kemudian mulai dari saat berdirinya UMKM Rumah Aru pada tahun 2020 hingga saat ini sudah menghasilkan beragam produk, tentu tidak terlepas dari dukungan, Kerjasama dan kolaborasi timbal balik dengan stakeholder dari berbagai

pihak, seperti BP2TSTH, PLN Peduli, Dinas Ketahanan Pangan Kampar, Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia, dan banyak pihak ataupun Organisasi lainnya baik dari pemerintahan ataupun swasta. UMKM Rumah Aru yang berkolaborasi dengan kelompok wanita tani yang memberdayakan para perempuan di Desa Salo Timur, Kampar kemudian memiliki andil dan mengambil peran dalam pengolahan daun kelor mulai dari proses menanam kelor baik itu di pekarangan rumah ataupun lahan kelompok mereka masing-masing, kemudian budidaya kelor dikelola mulai dari proses pembibitan, masukkan benih sampai menunggu kelor tumbuh besar, ketika sudah berumur 2 bulan dan siap untuk diletakkan di tanah mereka akan memindahkan ke lahan masing-masing sehingga pasokan kelor selalu tersedia dari tim kelompok wanita Tani. Para perempuan yang ikut bergabung dan mengambil bagian dalam kelompok wanita tani beranggota 20 orang.

Dengan sinergitas kolaborasi mengembangkan usaha masing-masing perempuan ini yang didominasi digerakkan oleh perempuan, yakni pengusaha UMKM perempuan di kabupaten Kampar dengan melibatkan kelompok Wanita tani dan berbagai pihak yang mengambil peran untuk memajukan produk-produk UMKM dan tentunya dengan support dan kolaborasi sehingga terbentuk kerjasama yang berkesinambungan, saling berbagi dan bertukar pikiran.

Hal ini tentu perlu untuk terus dipertahankan guna terus menciptakan inovasi-inovasi terbaru. Inovasi dan kolaborasi adalah dua konsep penting yang saling terkait dan berperan dalam mendorong perkembangan dan kemajuan dalam berbagai bidang. Kolaborasi dalam hal ini dapat terjadi dalam berbagai konteks, baik di dalam organisasi maupun lintas organisasi. Dalam konteks inovasi, kolaborasi memainkan peran penting dengan memungkinkan pertukaran ide-ide, umpan balik, dan pengetahuan antara individu atau tim yang bekerja bersama untuk menciptakan solusi baru. Inovasi dan kolaborasi saling melengkapi dalam mendorong perubahan dan perkembangan. Dengan menggabungkan inovasi dan kolaborasi, kita dapat mencapai hasil yang lebih baik, mendorong kemajuan, dan menciptakan solusi yang lebih kreatif dan efektif



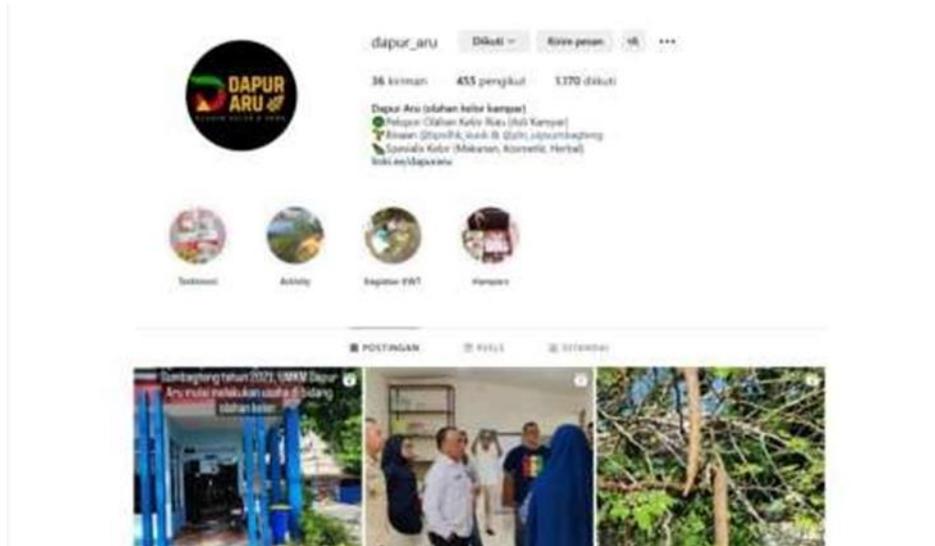
Gambar 1. Produk UMKM Dapur Aru Daun Kelor Source: <https://www.kabaralam.com>

Bentuk Komunikasi Kreatif Oleh Dapur Aru Melalui Media

Selain bentuk olahan daun kelor yang unik, tentunya memasarkan produk harus dengan media yang tepat sasaran. Dari pantauan peneliti, UMKM Dapur Aru memanfaatkan media sosial, siaran televisi serta e-commerce dalam memasarkan produknya. Pada komunikasi strategis, Kreativitas dengan cepat menjadi kegiatan utama di dalam platform komunikasi, terlebih lagi konsumen mengharapkan lebih banyak pendekatan kreativitas dari perusahaan dalam ruang sosialnya (Mangold & Faulds, 2009).

Sosial Media

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. UMKM Dapur Aru giat memposting produk-produk mereka melalui Instragram. Pengikut di Instagram @dapur_aru masih tergolong kecil, yakni sebanyak 455 pengikut dan baru mengupload sebanyak 36 postingan. Namun, pada bagian sorotan Instagramnya terlihat akun @dapur_aru cukup aktif. Selain itu, UMKM Dapur Aru juga turut memiliki Facebook sebanyak 190 teman, tetapi postingan terakhir dari akun ini terlihat pada tahun 2021.



Gambar 2. Tampilan Instagram @dapur_aru Source : https://www.instagram.com/dapur_aru/

Siaran Televisi

Pada tanggal 16 Juni 2023, UMKM Dapur Aru berkesempatan hadir di acara TVRI Stasiun Riau. Di kesempatan ini, Owner dari Dapur Aru, yakni Nurhidayah Sari berkesempatan hadir sebagai narasumber untuk menceritakan perjalanan awal terbentuknya Dapur Aru hingga berkembang saat ini dimana produk yang dihasilkan telah diminati hingga ke luar negeri.

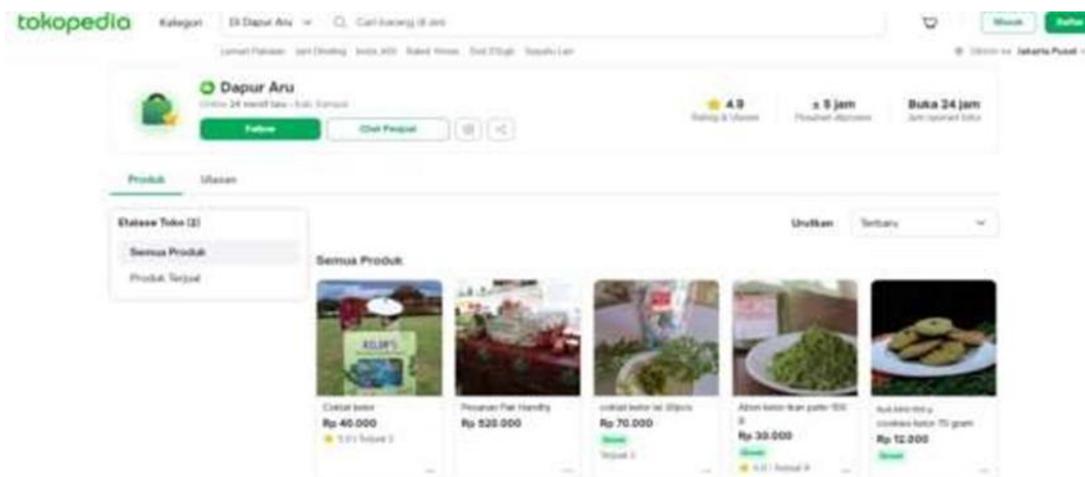


Gambar 3. Owner Dapur Aru memperkenalkan produk daun kelor di TVRI Riau Source : <https://www.youtube.com/@TVRIStasiunRiau>

E-commerce

UMKM Dapur Aru memasarkan produknya melalui toko online seperti Tokopedia dan Shopee. Pada Tokopedia, Dapur Aru mendapatkan rating penjualan hingga 4.9. Tentunya ini

merupakan angka yang tinggi dan menandakan bahwa pembeli puas akan produk yang dipasarkan oleh Dapur Aru. Kemudian, pada Shopee, terlihat Dapur Aru tidak begitu aktif dan penjualannya juga tidak tinggi. Performa chat yang didapatkan UMKM Dapur Aru pada Shopee hanya 34% dan hanya rak pengering daun kelor yang laku terjual sebanyak 10 buah.



Gambar 4. Produk UMKM Dapur Aru di Tokopedia

Source: <https://www.tokopedia.com/dapuraru>

Komunikasi Branding Oleh UMKM Dapur Aru

Desa Kreatif Daun Kelor telah menjadi brand dari Desa Salo Timur Kecamatan Salo, Kampar. Branding merupakan identitas suatu kelompok sebagai tanda pengenal untuk dikenali oleh masyarakat. Dalam mengemas sebuah merek harus ada strategi dan manajemen memberikan dampak pada merek untuk dikenal luas. Tentunya, dalam membuat branding ada strategi dan menempatkan posisi sesuai dengan target tujuan pasar. Desa Kreatif Daun Kelor, sesuai dengan namanya mereka membranding Desa tersebut dengan membudidayakan dan memproduksi daun kelor secara unik. Banyak sekali produk unik yang mereka ciptakan dari daun kelor seperti Coklat Kelor, tepung kelor, minyak kelor, teh kelor hingga bahan kosmetik salah satunya sabun daun kelor.

Publikasi Berita Media Online

Jika melakukan pencarian di mesin Google, terlihat sebanyak 57.900 hasil yang diberikan. Seperti berita dan artikel yang ditulis oleh media publikasi Kabupaten Kampar dan beberapa media lokal yang meliput desa ini. Hal ini membuktikan bahwa, komunikasi yang jalin oleh UMKM ini dengan media sudah sangat baik sehingga terekspos terkait pengolahan daun kelor di Kampar ini.



Gambar 5. Produk UMKM Dapur Aru di Tokopedia

Source: <https://www.tokopedia.com/dapuraru>

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. UMKM Dapur Aru melakukan Inovasi pemanfaatan daun kelor yang diolah menjadi beragam variasi produk, mulai dari produk kosmetik, olahan makanan, dan obat-obatan herbal.
2. UMKM Dapur Aru melakukan komunikasi kreatif melalui media sosial, e-commerce, media berita online, hingga media konvensional seperti TV.
3. Komunikasi kreatif UMKM Dapur Aru terus melakukan branding melalui kerjasama dengan berbagai stakeholder terkait sehingga Desa Salo Timur kemudian dikenal sebagai ‘Desa Wisata Kelor’

DAFTAR PUSTAKA

- Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2021). DIGITALISASI UMKM SEBAGAI HASIL INOVASI DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN SAHABAT UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 11(2). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i2.9682>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Satriya, C. Y. (2019). PERSPEKTIF KOMUNIKASI KREATIF DI ERA DIGITAL OLEH STAKEHOLDER ILMU KOMUNIKASI UDINUS. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i2.919>
- Suhendi, Mariam Ulayya, Rusmita Aeni, Muhammad Dzahir, Gilang Maulida'ia, I Gede Dhiyo Brahmandika Prapanca, Rina Lisa Fitri, Elina Sopian, Fitria Wulandari, Liylyis Diana Dewik, & Moh. Irawan Zain. (2022). Pengolahan Daun Kelor Menjadi Produk Teh Kelor di Desa Kalijaga Timur, Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 278–284. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i3.2081>
- Susanti, A., & Nurman, M. (2022). MANFAAT KELOR (MORINGA OLEIFERA) BAGI KESEHATAN. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 3(3), 509–513. <https://doi.org/10.31004/jkt.v3i3.7287>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *KINERJA*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>