Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index

Research Article e-ISSN: 29630932

Processing Moringa Leaves Into Cookies and Tea Product

Pengolahan Daun Kelor menjadi Olahan *Cookies* dan Teh

I Kadek Winantara[1], Hermawan Holidin[2*], Ardiyanto Agu Walu[3], I Gede Aditya Adjani Prasanna[4], Ni Kadek Widyastuti[5], Eko Sulistyo[6]

[1,2,3,4,5,6]Prodi D4 Manajemen Perhotelan , Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: holidinhermawan@gmail.com

+*62* 859 0430 1452

Article info

Keywords:
Moringa Leaves, Cookies, Tea, Healthy Cullinary, Marketing Mix

Abstract

The study aims to develop healthy culinary innovations using Moringa leaves (Moringa Oleifera) as the main ingredient, processed into two products: cookies and tea under the brand Moringa Healthy. Moringa leaves were chosen due to their high nutritional content and the growing market potential in the healthy food and beverage sector. The research employed a qualitative descriptive method through observation, interviews, documentation, questionnaires, and product trials. The production process included ingredient selection, processing, packaging, as well as organoleptic and shelf-life testing. The trial results showed that both products were well accepted by respondents in terms of taste, aroma, texture, color, and packaging. A marketing strategy was formulated using a marketing mix approach covering product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, with target markets including coffee shops, food stalls, and promotion through social media. In addition, promotional events at Dhyana Pura University supported direct product introduction to events attendees. The findings conclude that the utilization of moringa leaves for cookies and tea not only provides nutritional value but also holds significant potential as a promising healthy culinary business opportunity. Recommendation focus on improving production quality, diversifying product variants, and strengthening distribution strategies to expand the market from local to national levels.

Kata kunci:
Daun Kelor, Cookies, Teh, Kuliner Sehat, Marketing Mix

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengembangkan inovasi kuliner sehat berbahan dasar daun kelor (*Moringa oleifera*) menjadi dua produk, yaitu *cookies* dan teh dengan merek *Moringa Healthy*. Daun kelor dipilih karena memiliki kandungan nutrisi tinggi serta peluang pasar yang terus meningkat di sektor makanan dan minuman sehat. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner, dan uji coba produk. Proses pembuatan meliputi pemilihan bahan, pengolahan, pengemasan, serta pengujian organoleptik dan masa simpan. Hasil uji coba menunjukkan bahwa kedua produk dapat diterima baik oleh responden berdasarkan rasa, aroma, tekstur, warna, dan kemasan. Strategi pemasaran disusun dengan pendekatan *marketing mix* yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang,

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

proses, dan bukti fisik, dengan target pemasaran pada coffee shop, warung, serta promosi melalui media sosial. Selain itu, kegiatan promotion event di Universitas Dhyana Pura turut mendukung pengenalan produk secara langsung kepada audiens. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan daun kelor menjadi *cookies* dan teh tidak hanya bernilai gizi tetapi juga memiliki potensi sebagai peluang usaha kuliner sehat yang prospektif. Rekomendasi difokuskan pada peningkatan kualitas produksi, diversifikasi varian, dan penguatan strategi distribusi agar produk dapat berkembang di pasar lokal hingga nasional.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang wilayahnya membentang luas dari sabang sampai Merauke.Indonesia dikenal sebagai berlimpahnya keaneka ragam potensi alam, flora, fauna, peninggalan bersejarah adat istiadat serta keaneka ragam seni dan budaya. Indonesia juga dikenal berbagai mancan negara dengan beragam budaya dan keramah tamahan penduduknya. Keberagaman yang dimiliki oleh Indonesia ini memberikan peluang sangat menarik kunjungan wisata dari luar negri.

Bali adalah salah satu kepulauan kecil di Indonesia yang wilayahnya terdiri atas beberapa provinsi didalamnya dan bali juga dijuluki seribu pura oleh masyarakat luar atau pulau Dewata, Bali juga memiliki pantai yang menawan dan indah sangat terkenal dikelilingi oleh resort ternama dan mudah dijangkau, Pulau Bali terletak di antara pulau Jawa dan pulau Lombok. Bali telah menjadi tujuan pariwisata bali wisata lokal dan wisatawan seluruh dunia pulau Bali memiliki penduduk yang mayoritasnya beragama Hindu 86,5% (Biro Pusat Statistik Provinsi Bali,2023). Pulau Bali berbentuk unik menyerupai kipas dengan batas keluasan 5.633 KM2 tidak luput dengan banyak tradisi unik di dalam upacara-upacara keagamaan mereka. Keunikan bentuk geografis ini membentuk corak pemukiman dan tata ruang yang berbeda antara dataran tinggi dan dataran rendah. Dataran rendah di Bali lebih dominasi daerah wisatawan baik itu dijadikan resort ataupun usaha masyarakat. Di beberapa dataran rendah di pulau bali dijadikan lahan pertanian atau perkebunan. Salah satu tanaman yang di budidayakan penduduk yakni tumbuhan kelor dapat dijadikan sayuran dan olahan sebagainya. Tumbuhan kelor memiliki nama latin yaitu *Moringa oleifera*. Kelor adalah tanaman yang bisa tumbuh dengan cepat, berumur panjang, berbunga sepanjang tahun, dan tahan kondisi panas ekstrem. Tanaman ini berasal dari daerah tropis dan subtropis di Asia Selatan. Tumbuhan kelor umum digunakan sebagai bahan makanan dan obat di Indonesia (Britany & Sumarni, 2020).

Kuliner pada era zaman sekarang menjadi salah satu peluang bisnis yang paling diminati oleh semua kalangan karena bisnis di dunia kuliner ini perkembanganya lumayan pesat dan menjanjikan untuk kedepanya. Bisa kita lihat perkembangan sekarang banyak bisnis kuliner menjamur di setiap daerah, baik itu bisnis kuliner dibidang minuman ataupun makanan yang mengikuti zaman dan mengikuti kebutuhan konsumen. Dalam menjalankan bisnis kuliner ini, banyak orang yang telah berhasil dan meraup banyak keuntungan sehingga membuat mereka, membuka cabang usaha dimana- mana.rahasia untuk membuat bisnis kuliner ini berhasil yaitu dengan cara memasarkan produk dengan baik dan benar, membuka tempat yang strategis, nyaman dan memiliki fasilitas serta pelayanan yang terbaik dan tentu saja produk - produk yang dihasilkan merupakan produk terbaik dan cocok, contohnya yaitu dengan cara memanfaatkan daun kelor menjadi sebuah olahan makanan dan minuman berupa *cookies* dan teh.

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

Daun kelor dapat tumbuh dengan baik di dataran tropis yakni seperti Indonesia. Tumbuhan daun kelor dapat tumbuh dengan subur di dataran rendah maupun dataran tinggi 700M diatas permukaan laut. Tumbuhan daun kelor tahan terhadap musim kemarau atau musim hujan dengan tahan kekeringan sampai 6 bulan serta sangat mudah untuk di kembang biakan tau di budidayakan oleh petani maupun masyarakat sekitar. Nutrisi daun kelor sangat baik untuk kesehatan taupun metabolisme tubuh yang terkandung di dalamnya. Selain *antioksidan,* daun kelor mengandung *vitamin* dan *mineral,* antara lain *Vitamin B6, vitamin B2, Vitamin C, Vitamin A, Zat Besi, dan Magnesium* (Santi, 2022). Salah satu cara memanfaatkan daun kelor ini adalah dengan cara menggunakan daun kelor sebagai bahan dasar olahan *Cookies* dan teh dengan cara mengambil daun tersebut lalu di keringkan di ubah menjadi tepung berbahan dasar daun kelor. Dimana dengan zat hijau daun kelor tersendiri dapat membuat tampilan *cookies* dan teh lebih cantik atau menarik di kalangan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis membuat proyek tugas akhir berjudul "Pengolahan Daun Kelor Menjadi Cookies dan Teh". Proyek ini bertujuan untuk mengenalkan masyarakat terhadap potensi daun kelor serta kandungan gizinya. Melalui inovasi ini, daun kelor tidak hanya diolah sebagai sayuran, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi produk camilan seperti cookies dan minuman teh. Diharapkan melalui artikel ini, masyarakat dapat lebih memahami manfaat daun kelor dan tertarik untuk mengolahnya menjadi produk pangan yang bernilai tambah.

METODE

Proyek tugas akhir ini bertujuan menghasilkan produk olahan berupa cookies dan teh berbahan dasar daun kelor serta menemukan cara pemasaran yang efektif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis yang relevan. Wawancara dilakukan dengan petani kelor Bapak I Nyoman Asa untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik tanaman kelor. Observasi dilakukan terhadap proses pertumbuhan dan kandungan daun kelor, sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bukti administrasi dan foto kegiatan. Kuesioner disebarkan kepada peserta event launching produk yang dilaksanakan pada 6 Agustus 2025 di Universitas Dhyana Pura untuk menilai tanggapan konsumen terhadap produk.

Proses uji coba pembuatan produk dilakukan di Lab Kitchen Universitas Dhyana Pura dengan pendampingan Bapak Eko Sulistyo guna menyempurnakan aroma, tekstur, rasa, dan tampilan produk. Analisis data dilakukan secara deskriptif, dengan mengelompokkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner menjadi data formal (dokumentasi konkret) dan data informal (uraian naratif hasil pengamatan lapangan) sesuai dengan pedoman Sugiyono (2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Standard Recipe*

Dalam proses pembutan produk *cookies* dan teh dari olahan berbahan dasar daun kelor ini penulis menggunakan bahan alami tanpa menggunkan bahan pengawet dan menggunakan bahan yang sangat mudah di dapatkan di lingkungan masyarakat. Selain itu, daun kelor juga memiliki warna alami hijau yang menjadi ciri khas tersendiri sehingga tidak perlu untuk menambahkan pewarna buatan. Berikut adalah produk yang dihasilkan oleh tim penulis.

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article e-ISSN: 29630932

a. *Moringa Cookies*

Gambar 1. *Moringa Cookies*
(Sumber: Dokumen Kelompok, 2025)

Tabel 1. Komposisi Bahan *Moringa*

No	Komposisi	Jumlah
1	Daun Kelor *Cookies*	15 gr
2	Gula Pasir	75 gr
3	Extrak Vanila	5 gr
4	Telur	1 butir
5	*Choco Chips*	50 gr
6	*Butter*	100 gr
7	Garam	5 gr
8	Tepung Terigu	200 gr
9	Tepung Maizena	50 gr
10	Baking Powder	5 gr

Proses pembuatan *moriga cookies* terdiri dari:

1) Mempersiapkan semua bahan
2) Menyiapkan wadah masukan *butter*, gula pasir kedalam wadah
3) Mengaduk menggunakan *mixer* dengan kecepatan sedang selama 1 sampai 2 menit
4) Memasukan telur dan extrak vanili kemudian mengocok dengan kecepatan sedang. Jika adonan terlau encer bisa dimasukan ke dalam kulkas beberapa menit supaya adonan tidak terlalu encer lalu kocok lagi hingga mengembang
5) Menambahkan tepung terigu, tepung maizena yang sudah disangrai dan daun kelor yang sudah diblender, *baking powder*, garam yang sudah diayak hingga adonan sampai tercampur merata
6) Memasukan *choco chips* lalu diaduk menggunakan *spatula* sampai merata
7) Menimbang adonan seberat 10 gram
8) Menyiapkan loyang yang sudah sudah dialasi dengan *baking paper*
9) Membentuk bentuk bulat adonan kemudian dikepingkan adonan tersebut dan memberikan *choco chips* sebagai toping
10) Adonan sudah siap di oven dengan menggunakan suhu 180 c selama 12 menit.

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article e-ISSN: 29630932

b. *Moringa* Teh

Gamabar 2. *Moringa* Teh
(Sumber: Dokumen Kelompok,2025)

Tabel 2. Komposisi Bahan *Moringa* Teh

No	Komposisi	Jumlah
1	Daun Kelor	35 gr
2	*Lime*	10 gr
3	*Ginger*	5 gr
4	Gula Jagung	75 gr
5	Air	1050 ml

Proses pembuatan *moringa* teh terdiri dari:

1) Menyiapan semua bahan
2) Menyiapkan wadah terlebih dahulu memasukkan tepung daun kelor yang sudah diblender kedalam *tea bag*, lalu slice *lime* dan jahe
3) Memasukkan air kedalam pan sampai air mendidih
4) Memasukkan *lime*, *ginger*, *cinamon* kedalamnya
5) Setelah aromanya keluar, airnya diambil dengan cara disaring kemudian diseduh
6) Teh sudah siap dikemas setelah dingin

2. Strategi promosi

Untuk menarik minat konsumen, penulis menggunakan *strategi marketing mix* yaitu strategi pemasaran yang saling berkaitan. Mulai dari produk yang akan ditawarkan kepada konsumen, harga yang akan ditawarkan kepada konsumen, metode promosi yang tepat dan efektif, pemilihan tempat yang sesuai, target pasar yang akan dituju, proses yang dilalui serta bukti fisik dari produk yang akan dihasilkan dengan menerapkan standar kebersihan pada produk *cookies* dan teh.

Berikut adalah penjelasan hasil dari masing-masing indikator strategi *marketing mix* tersebut:

1) Produk
   Produk yang ditawarkan adalah *Moringa Cookies* dan *Moringa teh*, yang terbuat dari daun kelor. Keduanya memiliki nilai gizi tinggi, rasa yang unik, dan tampilan menarik berkat warna hijau alami daun kelor. Produk ini tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga lebih sehat dan alami.
2) Harga
   Harga ditetapkan berdasarkan analisis pasar dan *feedback* dari responden. Hasil survei

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

menunjukkan bahwa 26,7% responden merasa harga sangat sesuai, sementara 56,7% merasa harga sesuai. Ini menunjukkan penerimaan yang baik dari konsumen terhadap harga yang ditawarkan, memberikan sinyal positif untuk penetrasi pasar.

3) Promosi
Metode promosi dilakukan melalui media sosial (*Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp*) dan juga melalui event launching produk. *Event* ini memberikan kesempatan untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen, serta mengumpulkan *feedback* melalui kuesioner. Promosi melalui media sosial meningkatkan jangkauan dan visibilitas produk secara signifikan.
4) Tempat
Pemilihan tempat untuk memasarkan produk difokuskan pada *coffee shops* dan *food stalls*, yang merupakan lokasi strategis untuk menjangkau konsumen yang peduli dengan kesehatan. Selain itu, event launching di Universitas Dhyana Pura juga sebagai tempat pengenalan produk secara langsung kepada *audiens.*
5) Target Pasar
Target pasar utama mencakup konsumen yang mencari pilihan makanan dan minuman sehat, terutama individu yang aktif dan peduli terhadap kesehatan. Selain itu, *coffee shops* dan *food stalls* menjadi fokus distribusi untuk menarik konsumen yang lebih luas.
6) Proses
Proses produksi meliputi pemilihan bahan, pengolahan, pengemasan, dan uji organoleptik. Setiap tahap dilakukan dengan standar kebersihan yang ketat untuk memastikan kualitas produk. Proses ini juga melibatkan uji coba untuk mengoptimalkan rasa, aroma, dan tekstur.
7) Bukti Fisik
Bukti fisik dari produk mencakup kemasan yang menarik dan informatif, serta presentasi produk yang menarik selama *event launching*. Standar kebersihan diterapkan dalam semua aspek produksi dan penyajian, menambah kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

Selain strategi tersebut, usaha yang dilakukan oleh tim penulis untuk memperkenalkan produk adalah melalui *event launching* produk yang penulis produksi. *Event launching* produk ini diselenggarakan pada tanggal 6 Agustus 2025 dengan berbagai pertimbangan. Dalam *event* ini penulis mengundang 30 tamu, dan 3 dosen penguji. Melalui *event launching* produk ini diharapkan olahan produk dari daun kelor ini sebagai inovasi baru yang memiliki keunikan tersendiri dan khas rasa daun kelor yang dominan. Melalui *event* ini diharapkan masyarakat dapat lebih kreatif dalam menginovasikan produk lokal yang bisa dimanfaatkan untuk membuat olahan *cookies* dan teh yang enak dan sehat bagi kesehatan. Selain itu juga, penulis mempromosikan produk melalui *flatform* sosial media seperti *Fecebook, Tiktok, WhatApp*, dan *Instagram* agar mudah menjangkau pasar yang lebih luas.

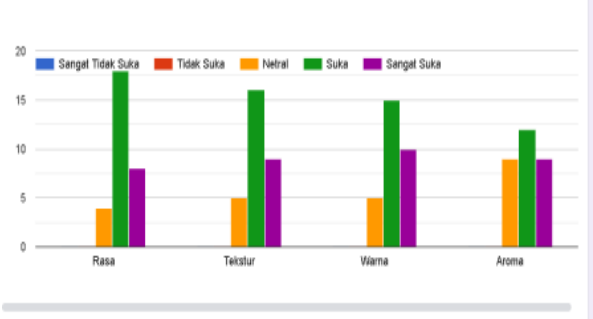
Gambar 3. Pelaksanaan *Event*
(Sumber: Dokumen Kelompok, 2025)

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen penelitian yang umum digunakan untuk memperoleh data langsung dari responden. Menurut Sugiyono (2019), jumlah minimal responden yang dapat dijadikan uji coba kuesioner adalah sebanyak 30 orang sehingga data yang diperoleh dianggap cukup representatif untuk dianalisis. Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan setelah kegiatan *event launching* produk *moringa cookies* dan *moringa* teh berlangsung untuk mempermudah pengisian, penulis membagikan kuesioner dalam bentuk *barcode* yang diletakkan di setiap meja acara. Kuesioner yang digunakan bertujuan untuk mengumpulkan masukan serta mengetahui tanggapan calon konsumen mengenai kualitas produk, mulai dari cita rasa *cookies*, aroma dan khasiat teh, hingga kesan umum terhadap penyelenggaraan *event launching*. Selain itu, kuesioner juga membantu penulis dalam mengukur sejauh mana produk yang dihasilkan mampu menarik minat konsumen serta memberikan pengalaman positif. Dengan demikian, data yang terkumpul tidak hanya berupa angka atau persentase, melainkan juga opini yang dapat menjadi bahan refleksi bagi pengembangan produk ke depan. Hasil pengisian kuesioner kemudian diolah dan dijadikan bahan evaluasi menyeluruh. Evaluasi ini dimaksudkan agar penulis dapat meningkatkan kualitas produk, baik dari aspek bahan baku, teknik pengolahan, maupun strategi pemasaran. Informasi yang diperoleh dari responden juga diharapkan dapat memperkuat posisi produk di pasar, karena pengembangan produk kuliner sehat seperti moringa *cookies* dan *moringa* teh sangat bergantung pada penerimaan konsumen. Dengan adanya umpan balik tersebut, penulis memiliki dasar yang lebih kuat untuk merancang perbaikan produk dan inovasi selanjutnya sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih optimal. Berikut adalah hasil dari penyebaran kuesioner setelah *event* berlansung:

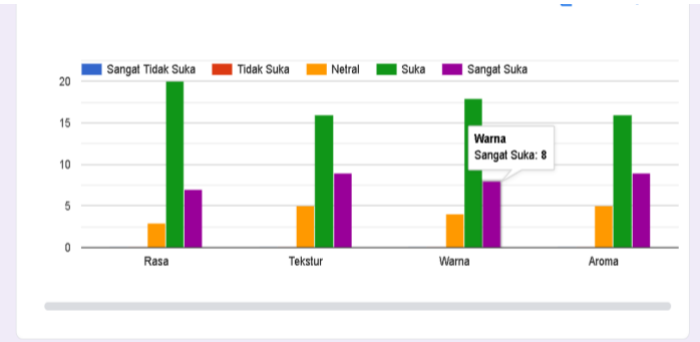
Hasil penilaian terhadap produk Cookies terhadap 30 responden, menunjukkan penilaian positif pada hampir seluruh aspek. Sebanyak 60% responden menyatakan suka dan 26,7% sangat suka terhadap rasa produk, menunjukkan bahwa cita rasa cookies dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Dari segi tekstur, 53,3% responden menyatakan suka dan 33,3% sangat suka, yang menandakan bahwa tingkat kerenyahan produk sesuai dengan preferensi konsumen. Pada aspek warna, 50% responden menyatakan suka dan 33,3% sangat suka, menggambarkan bahwa warna cookies yang dihasilkan menarik secara visual. Sementara itu, untuk aroma, 40% menyatakan suka dan 33,3% sangat suka, menunjukkan aroma khas daun kelor yang cukup disukai oleh responden meskipun sebagian masih bersikap netral.



Gambar 4. Penilaian Produk *Cookies*
(Sumber: Dokumen Kelompok, 2025)

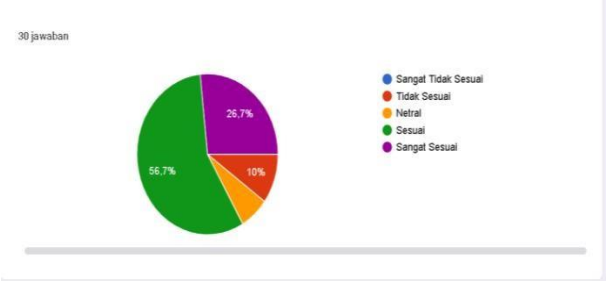
Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

Dari hasil penilaian produk teh terhadap 30 responden, produk Teh daun kelor memperoleh tanggapan yang sangat baik pada hampir seluruh aspek uji organoleptik. Dari sisi rasa, 70% responden menyatakan suka dan 23,3% sangat suka, menunjukkan bahwa cita rasa teh daun kelor dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Hanya 6,7% responden yang bersikap netral, menandakan tingkat penerimaan yang tinggi terhadap produk ini. Pada aspek tekstur (kejernihan dan kekentalan seduhan), 53,3% responden menyatakan suka dan 33,3% sangat suka, dengan hanya 13,3% yang bersikap netral, sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik teh yang dihasilkan sesuai dengan preferensi konsumen. Dari segi warna, 56,7% menyatakan suka dan 33,3% sangat suka, menunjukkan bahwa tampilan warna teh daun kelor cukup menarik secara visual dan mampu mencerminkan kesan alami produk herbal. Untuk aspek aroma, 63,3% responden menyatakan suka dan 26,7% sangat suka, sementara 10% bersikap netral. Hal ini menunjukkan bahwa aroma khas daun kelor masih dapat diterima dengan baik dan tidak menimbulkan kesan yang mengganggu bagi konsumen. Secara keseluruhan, hasil tersebut memperlihatkan bahwa produk teh daun kelor memiliki daya terima yang tinggi dari sisi rasa, warna, aroma, dan tekstur, sehingga layak dikembangkan lebih lanjut sebagai produk minuman herbal fungsional yang potensial di pasaran.



Gambar 5. Penilaian Produk Teh
(Sumber: Dokumen Kelompok,2025)

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 30 responden, sebagian besar menilai bahwa harga produk cookies dan teh daun kelor tergolong sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Sebanyak 56,7% responden menyatakan harga sesuai dan 26,7% menyatakan sangat sesuai, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menilai harga produk sudah berada pada tingkat yang wajar dan terjangkau. Sementara itu, 10% responden bersikap netral, yang mengindikasikan masih adanya sebagian kecil konsumen yang belum memiliki persepsi pasti terhadap kesesuaian harga. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa strategi penetapan harga produk telah sesuai dengan daya beli konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa, sehingga dapat meningkatkan minat beli serta memperkuat posisi produk di pasar kuliner berbasis bahan lokal.

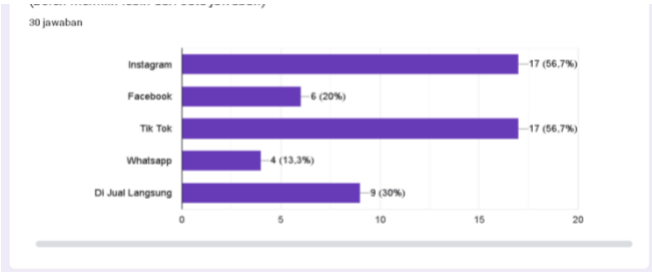


Gambar 6. Penilaian Harga Produk
(Sumber: Dokumen Kelompok, 2025)

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article
e-ISSN: 29630932

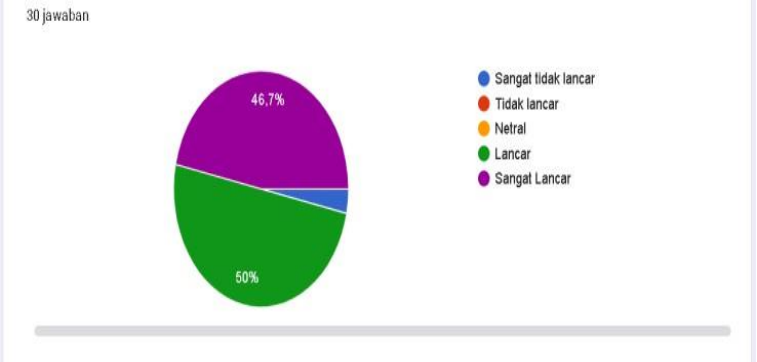
Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden, terlihat bahwa media sosial menjadi sarana utama promosi produk Moringa Cookies dan Moringa Teh. Sebanyak 56,7% responden memilih Instagram dan persentase yang sama juga memilih TikTok sebagai media promosi yang paling efektif. Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform tersebut dinilai mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda dan mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. Selain itu, 20% responden memilih Facebook dan 13,3% memilih WhatsApp sebagai media promosi tambahan yang dinilai cukup efektif dalam menyebarkan informasi produk secara personal maupun komunitas. Sementara itu, 30% responden memilih penjualan secara langsung (direct selling), yang menunjukkan bahwa interaksi tatap muka masih memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk baru. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi promosi digital dan langsung menjadi strategi yang optimal, dengan fokus utama pada media sosial visual seperti Instagram dan TikTok untuk meningkatkan daya tarik serta kesadaran merek produk berbahan dasar daun kelor.

Gambar 7. Penilaian Media Promosi Untuk ke 2 Produk (Sumber:



Dokumen Kelompok, 2025)

Berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden, sebagian besar peserta memberikan penilaian positif terhadap pelaksanaan event launching produk. Sebanyak 50% responden menilai kegiatan berlangsung lancar, sedangkan 46,7% menilai sangat lancar. Hanya sebagian kecil responden yang memberikan penilaian netral, dan tidak ada yang menyatakan event berjalan tidak lancar. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaksanaan event promosi produk berjalan dengan baik dan terorganisir, mulai dari persiapan hingga kegiatan berlangsung. Penilaian positif tersebut mencerminkan kepuasan peserta terhadap manajemen acara, koordinasi tim, serta penyajian produk yang menarik selama kegiatan berlangsung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa event berperan penting dalam meningkatkan minat dan persepsi positif konsumen terhadap produk Moringa Cookies dan Moringa Teh.



Gamabar 8. Penilaian Kelancaran *Event*
(Sumber: Dokumen Kelompok, 2025)

Jurnal Vokasi
Vol. 4, No.2 Agustus 2025
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadiksi/index
Research Article e-ISSN: 29630932

4. Anggaran Biaya

Tabel 3. Anggaran Biaya

No	Nama Barang	Jumlah	Harga	Total
1	Tempat	-	-	Support By undhira
2	Peralatan	-	-	Support By undhira
3	Dekorasi	1 Hari	Rp.700.000	Rp.700.000
4	*Food & Beverage Buffet*	30 Pax	Rp.30.000	Rp.900.000
5	*Kamera*	1	-	By tim penulis
6	*Banner*	1	Rp.100.000	Rp.100.000
7	*X banner*	2	Rp.60.000	Rp. 120.000
8	*Stiker Produk*	30 pcs	Rp.250	Rp.7,500
9	*Name Tag Panitia*	4 pcs	Rp.1.500	Rp. 6.000
10	*Food Tag*	6 pcs	Rp.1000	Rp. 6.0000
11	Pembuatan Produk	-	Rp.100.000	Rp. 100.000
12	*Entertaiment*	-		Support by Dena
13	*Food & Beverge Panitia*	4	Rp.15.000	Rp.15.000
14	Tiket *Event*	50 pcs	Rp.50.000	Rp. 50.000
15	***Total Kseluruhuan***			**Rp.2.005.000**
16	***Profit Penjualan produk & Tiket Event Launching***			**Rp.905.000**

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Daun kelor dapat diolah menjadi sebuah *produk cookies* melalui tahapan pembersihan daun kelor, pengeringan, diblender hingga membentuk menjadi tepung, pencampuran dengan bahan adonan, kemudian dipanggang hingga matang dengan tekstur yang sangat renyah.
2. Daun kelor juga bisa dimanfaatkan sebagai salah satu minuman sehat yaitu berupa minuman teh dengan proses pembersihan daun kelor, pengeringan daun kelor, penggilingan atau diblender hingga menjadi tepung kemudian diseduh dengan metode *brewing* untuk menghasilkan aroma, dan rasa yang khas dari daun kelor.
3. Dalam memasarkan produk *moringa cookies* dan *moringa* teh, tim penulis memanfaatkan media sosial seperti *Tiktok, Instagram, Fecebook* dan *WhatsApp* sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan minat konsumen. Dan juga tim penulis mengadakan sebuah *launching* produk sebagai salah satu cara untuk mempromosikan produk olahan dari daun kelor yaitu *cookies* dan teh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ni Kadek Widyastuti, S.E., M.Par dan Bapak Eko Sulistyo, SE., MM selaku dosen pembimbing, serta Universitas Dhyana Pura atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam penyelenggaraan event penelitian ini. Kami juga menghargai bantuan dari seluruh staf dan civitas akademika Universitas Dhyana Pura, serta konsumen yang telah mempercayai produk kami, yang memberikan pengalaman berharga dalam penerapan ilmu.

Research Article e-ISSN: 29630932

Terima kasih kepada rekan-rekan angkatan 2021 dan keluarga yang selalu mendukung kami. Semua bantuan baik besar maupun kecil sangat berarti bagi kami, dan kami berharap jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, dunia akademik, dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provensi Bali. (2023). Jumlah penduduk Bali menurut agama- sensus 2023. Dalam laporan IKIP Bali 2023.. Pemerintahan Provensi Bali. Diakses 22 Agustus 2025 dari https://ki.baliprov.go.id/wp-content/uploads/2024/08/LAPORAN-IKIP-BALI-2023.pdf

Britany, M.N. & Sumarni, L. (2020). Pembuatan Teh Herbal Dari Daun Kelor Untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Selama Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Limo. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-6

Kotler, P dan Armstrong, G (2019). 10 th. Edisi. *Marketing an Introduction* indonesian: *Person*

Marheni, L, S. (2021). Daun Kelor (*Moringa Olifiera*). Sebagai Sumber Pangan Fungsional dan antioksidan. *Jurnal Agrisia,*13(2), 40-53. Diakses 22 April 2025 dari https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/177711?utm_source

Santi, M. D. S. (2022). Pemanfaatan Daun Kelor (Moringa Oleifera Lam) sebagai Bahan Obat Tradisional. *Genitri Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Kesehatan*, 1(2), 161- 164

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2, Cetakan 1). Bandung Alfabeta. Diakases 20 Agustus 2025 dari https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=27688