

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moringa oleifera Lam atau yang sering dikenal dengan nama kelor ini merupakan tanaman asli kaki bukit Himalaya yang telah tersebar luas dan dibudidayakan di Asia Selatan, Asia Tenggara, Semenanjung Arab, Afrika, Amerika Tengah, Karibia dan daerah tropis Amerika Selatan. Belakangan ini kelor digunakan untuk memerangi kekurangan gizi pada anak-anak dan upaya untuk meningkatkan kekebalan tubuh di banyak negara berkembang. Negara Filipina memanfaatkan kelor untuk meningkatkan produksi ASI dan mengobati anemia. Hal tersebut karena kelor mengandung 46 antioksidan, vitamin, mineral, 18 asam amino (8 asam amino esensial dan 10 asam amino non esensial), 36 anti inflamasi dan kandungan senyawa penting lainnya (Krisnadi, 2012).

Hal ini sejalan dengan salah satu program kerja pemerintah dalam upaya mencapai *Milenium Development Goals* (MDGs) Indonesia. Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2010) salah satu tujuan untuk mencapai MDGs Indonesia ialah menanggulangi kelaparan melalui perbaikan status gizi masyarakat dengan meningkatkan asupan zat gizi makro (karbohidrat, protein, dan lemak) dan zat gizi mikro (vitamin A, zat besi, garam beryodium dan zat gizi mikro lainnya). Alternatif bahan pangan untuk mencukupi kebutuhan gizi masyarakat yang dapat digunakan salah satunya adalah tanaman kelor. Menurut Krisnadi (2012) belakangan ini kelor digunakan untuk memerangi kekurangan gizi pada anak-anak di banyak negara berkembang, terlebih daun kelor yang diolah menjadi serbuk memiliki kandungan nutrisi yang lebih tinggi dari pada daun kelor segar. Maka dari itu, selain sebagai sumber nutrisi yang tinggi, inovasi pengolahan tanaman kelor juga dapat meningkatkan nilai jual tanaman tersebut.

Walaupun inovasi pengolahan kelor memiliki kandungan nutrisi yang tinggi dan dapat meningkatkan nilai jual tanaman tersebut sudah dapat dilakukan, namun pengolahan kelor masih belum banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini berbeda dengan kelompok tani Nurul Jannah di Kabupaten Sumenep yang telah membudidayakan tanaman kelor sejak akhir tahun 2012.

Hingga saat ini kelompok tani tersebut sudah mampu menghasilkan beberapa inovasi produk olahan kelor yaitu teh dan tepung daun kelor.

Keunggulan dari usaha pengolahan kelor ini adalah didukung oleh jumlah bahan baku yang melimpah di daerah pengolahan. Untuk menunjang ketersediaan bahan baku Kelompok Tani Nurul Jannah bekerjasama dengan petani binaannya di beberapa desa di Kecamatan Bluto. Pengusahaan tanaman kelor yang dilakukan oleh petani binaan tersebut kurang lebih 10 ribu pohon (Kelompok Tani Nurul Jannah). Selain itu pemerintah setempat juga mendukung pengembangan tanaman kelor dengan mengembangkan tanaman kelor di Pulau Talango. Keunggulan lain dari usaha pengolahan kelor oleh Kelompok Tani Nurul Jannah ini adalah produk yang dihasilkan merupakan jenis produk olahan baru yang memiliki manfaat kesehatan yang tinggi bagi masyarakat sehingga produk tersebut masih memiliki pangsa pasar yang relatif besar.

Sayangnya, besarnya peluang pasar yang dimiliki ternyata belum diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik oleh Kelompok Tani Nurul Jannah. Hal tersebut dapat dilihat dari belum banyak masyarakat yang mengenal dan mengetahui tentang adanya produk olahan kelor yang dihasilkan oleh kelompok tani tersebut. Selain itu kegiatan pemasaran dilakukan hanya melalui pameran-pameran, permintaan ekspor dan pemasaran melalui toko oleh-oleh di Kabupaten Sumenep. Padahal pernyataan Rachmawati (2011) menyatakan bahwa kegiatan pemasaran meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan produk, desain produk, promosi produk, komunikasi kepada konsumen sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen dengan cepat.

Dari permasalahan tersebut Kelompok Tani Nurul Jannah memiliki tujuan pemasaran memperluas pangsa pasar dan memperkuat *branding*. Maka dari itu perlu adanya perencanaan kembali strategi pemasaran yang tepat oleh Kelompok Tani Nurul Jannah untuk mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan salah satunya melalui penyusunan kembali bauran pemasaran yang tepat. Rismiati dan Suratno (2001) mendeskripsikan bahwa kombinasi strategi produk, harga, promosi dan distribusi dibutuhkan dalam mencapai tujuan pemasaran.

Berdasarkan paparan ini, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Strategi Pemasaran Produk Olahan Kelor Pada Kelompok Tani Nurul Jannah Sumenep”**. Strategi pemasaran yang akan diterapkan tentunya

harus mengacu pada kebutuhan dan visi misi perusahaan. Perlu ditentukan juga prioritas strategi yang akan diterapkan pada Kelompok Tani Nurul Jannah agar kegiatan pemasaran yang dilakukan lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran usaha pengolahan kelor pada Kelompok Tani Nurul Jannah?
2. Bagaimana bauran pemasaran produk olahan kelor pada Kelompok Tani Nurul Jannah?
3. Strategi apa yang harus diprioritaskan dalam pemasaran produk olahan kelor Kelompok Tani Nurul Jannah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui gambaran usaha pengolahan kelor pada Kelompok Tani Nurul Jannah.
2. Mengetahui bauran pemasaran produk olahan kelor pada Kelompok Tani Nurul Jannah.
3. Mengetahui prioritas strategi pemasaran produk olahan kelor pada Kelompok Tani Nurul Jannah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi kelompok tani Nurul Jannah dalam pengambilan keputusan untuk menentukan strategi pemasaran produk olahan kelornya.
2. Sebagai informasi bagi masyarakat tentang adanya usaha pengolahan tanaman kelor.
3. Dapat digunakan sebagai literatur dalam penelitian yang sejenis.