

## **Pengetahuan Konsumen Griyanesia Terhadap Daun Kelor dan Produk Olahan Daun Kelor di Kota Surabaya**

*Griyanesia Consumer Knowledge of Moringa Leaves and Moringa Leaf Processed Products in Surabaya City*

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

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Kota SBY, Jawa Timur 60294

\*email korespondensi: [syarifimamhidayat@upnjatim.ac.id](mailto:syarifimamhidayat@upnjatim.ac.id)

### **Info Artikel**

Diajukan: 15 Agustus 2023  
Diterima: 17 November 2023  
Diterbitkan: 17 Juli 2024

### **Abstract**

*This research is specifically for consumers of processed Moringa leaf products. This research aims to identify consumer knowledge of Moringa leaves and their processed products. The type of research used is qualitative, descriptive phenomenology-based, which aims to obtain a comprehensive picture and understanding based on the results of individual experiences in the phenomena that occur. Data was obtained using the Accidental Sampling technique by determining respondents by chance. The criteria for respondents are customers who have purchased and have consumed processed Moringa leaf products. The number of respondents in this study was 30 consumers of processed Moringa leaf products. Data from this research was obtained through observation, interviews and questionnaires. The data was processed using Miles and Huberman analysis. The results of this research show that not all consumers know about Moringa leaves and processed Moringa leaf products, so consumers choose, buy and consume products only based on assumptions about herbalism and health.*

### **Keywords:**

*Moringa Leaves, Knowledge, Consumer Behavior*

### **Abstrak**

Penelitian ini dikhususkan untuk konsumen produk olahan daun kelor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengetahuan konsumen terhadap daun kelor dan produk olahannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif berbasis fenomenologi yang bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran dan pemahaman yang komprehensif berdasarkan hasil pengalaman individu pada fenomena yang terjadi. Data diperoleh dengan menggunakan teknik Accidental Sampling dengan menentukan responden secara kebetulan. Kriteria responden adalah pelanggan yang telah membeli dan pernah mengonsumsi produk olahan daun kelor. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang dari konsumen produk olahan daun kelor. Data dari penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Data tersebut diproses menggunakan analisis Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak semua konsumen mengetahui tentang daun kelor dan produk olahan daun kelor, sehingga konsumen memilih, membeli, dan mengonsumsi produknya hanya berdasarkan asumsi akan keberbalan dan kesehatan saja.

### **Kata kunci:**

Daun Kelor, Pengetahuan, Perilaku Konsumen

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam dan wilayah yang luas. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara agraris terbesar di dunia, sebagai negara agraris tentunya Indonesia memiliki potensi yang besar di bidang pertanian, luas lahan, terdapat berbagai macam kekayaan alam dan tingkat kesuburan tanah tentunya membuat rakyat Indonesia menciptakan berbagai macam produk hasil pertanian. Salah satu subsektor yang memiliki potensi besar adalah subsektor perkebunan (Statistik, 2014). Tanaman perkebunan yang dapat dimanfaatkan maupun diciptakan menjadi berbagai macam produk olahan salah satunya adalah tanaman kelor.

Tanaman kelor dikenal oleh seluruh dunia sebagai tanaman bergizi dan telah diperkenalkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai salah satu pangan alternatif untuk mengatasi masalah gizi (malnutrisi). Selain itu, kelor juga dikenal sebagai tanaman obat berkhasiat dengan memanfaatkan seluruh bagian dari tanaman kelor mulai dari daun, kulit batang, biji, hingga akarnya. Namun pemanfaatan kelor di Indonesia sendiri ini masih terbatas, seperti hanya sebagai pelengkap masakan sehari-hari dan menjadi tanaman pagar (Dewi et al., 2016). Padahal daun kelor memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh karena memiliki kandungan 46 (empat puluh enam) antioksidan kuat yaitu senyawa yang dapat melindungi tubuh terhadap efek kerusakan dari radikal bebas dengan menetralkannya sebelum dapat menyebabkan kerusakan sel dan penyakit (Krisnadi, 2015).

Saat terjadinya pandemi Covid-19 pada tahun 2020, kesehatan menjadi salah satu hal yang penting bagi seluruh umat manusia. Para peneliti dari berbagai belahan dunia telah melaporkan bahwa tanaman kelor khususnya daunnya memiliki potensi antivirus. Hal ini membuat tanaman kelor menjadi dikenal kembali oleh masyarakat Indonesia maupun mancanegara sebagai alternatif obat herbal dan jamu, mengingat pada kandungan dalam selenium dan zat besinya dianggap mampu meningkatkan imunitas tubuh dan stamina tubuh agar tidak mudah terpapar virus Covid-19 (Yuliati et al., 2017).

Permasalahan yang timbul ini berawal dari maraknya masyarakat yang melakukan pembelian pada produk olahan daun kelor saat pandemi Covid-19 terjadi, mereka yang membeli apakah benar-benar mengetahui keseluruhan daun kelor seperti manfaat dan khasiatnya atau hanya sekedar ikut-ikutan saja karena tahu bahwa daun kelor dipercaya mampu menangkal penyakit Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap secara menyeluruh tentang pengetahuan yang mendasari para konsumen dalam aktivitas membeli dan mengonsumsi produk olahan daun kelor. Kontribusi penelitian ini kemudian digunakan sebagai tambahan literatur bagi peneliti selanjutnya yang meneliti masalah yang sama dan memberikan pemahaman yang mendalam tentang pengetahuan konsumen daun kelor.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Griyanesia yang terletak di Ruko Merrboulevard Komplek, Jalan Raya Pandugo No. 26 Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang didasarkan pada fenomenologi. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh represi yang mendalam dan pemahaman yang menyeluruh dan bersumber dari situasi alamiah dari fenomena yang diteliti (Yusanto, 2019). Sedangkan pendekatan fenomenologis bertujuan untuk mereduksi pengalaman

individu terhadap fenomena yang terjadi menjadi sebuah deskripsi dan bagaimana individu mengalaminya. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis karena berkaitan dengan perilaku, perspektif, dan alasan individu sebagai subjek penelitian (Creswell, 2015).

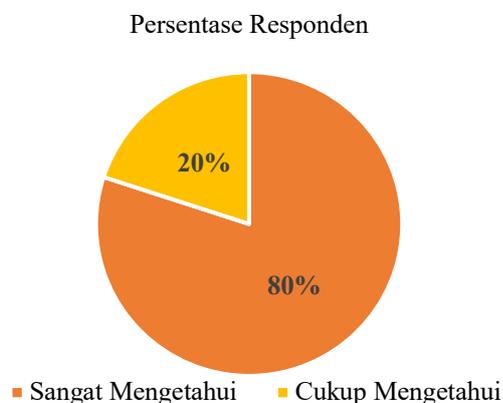
Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk olahan daun kelor dengan kriteria pelanggan yang telah membeli dan pernah mengonsumsi produk olahan daun kelor dengan minimal sekali pembelian produk olahan daun kelor. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan menurut kriteria responden dapat dijadikan sampel dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 responden dari konsumen yang datang ke Griyanesia untuk mewakili populasi yang tidak diketahui (Sugiyono, 2017).

Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer meliputi observasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan sumber data yang berasal dari data sekunder berasal dari data sebelumnya jurnal, internet, dan buku yang berkaitan dengan topik penelitian. Pengukuran variabel yang digunakan adalah skala likert, skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu fenomena social (Sugiyono, 2017). Data dianalisis dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman serta penelitian kualitatif berupa kegiatan analisis data penelitian meliputi reduksi data, tampilan data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Uji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas (Yusanto, 2020).

Penelitian ini memunculkan tingkatan pengetahuan yang menjadi fokus penelitian, antara lain tahu, paham, aplikasi, dan analisis. Pada indikator tahu digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsumen tahu tentang dasar daun kelor. Indikator paham digunakan untuk mengetahui kemampuan konsumen dalam memahami ruang lingkup daun kelor. Indikator aplikasi digunakan untuk mengetahui pemahaman penggunaan produk olahan daun kelor. Sedangkan indikator analisis digunakan untuk mengetahui perbedaan pengalaman penggunaan produk olahan daun kelor. Hasil analisis dari setiap tingkatan pengetahuan, selanjutnya digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk olahan daun kelor.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Tingkat Tahu*



**Gambar 1.** Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tingkat Tahu

Berdasarkan Gambar 1. menunjukkan bahwa sebanyak 80% responden sangat mengetahui tentang daun kelor, artinya mayoritas responden yaitu konsumen Griyanesia produk olahan daun kelor diketahui sangat baik dalam mendefinisikan maupun menjelaskan tentang daun kelor, para responden tersebut menginterpretasikan daun kelor sebagai tanaman herbal yang dapat digunakan sebagai obat atau sebagai makanan pendamping dan memiliki manfaat untuk kesehatan. Pengetahuan yang dimiliki responden terkait daun kelor ini berasal dari pengalaman indra mereka sendiri, seperti sudah pernah mengonsumsi daun kelor, melihat tanaman kelor di halaman rumahnya, serta melalui media pembelajaran di sekolah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Santoso et al., 2018). bahwa sebagian konsumen umumnya telah mengetahui produk dari berbagai media sehingga pengetahuan tentang produk relatif lengkap dan pengetahuan akan muncul ketika seseorang menggunakan indra dan akalinya untuk mengenali produk yang dipasarkan. Hasil pengetahuan konsumen ini didapat dari pernyataan para responden disetiap indikatornya, berikut merupakan pernyataan dari responden yang menganggap bahwa daun kelor dikenal sebagai *miracle tree* yang berarti memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, pernyataan ini disampaikan sebagai berikut:

Berbeda halnya dengan pernyataan yang diberikan oleh responden lain yang menganggap daun kelor sebagai obat herbal, berikut adalah pernyataannya:

*“Daun kelor itu berfungsi sebagai obat atau suplemen herbal guna menjaga daya tahan tubuh dan juga sebagai penetralisir, saya mengetahuinya dari internet dan pada akhirnya saya juga tertarik untuk mengonsumsi daun kelor.”*

Selain itu, adapun responden lain yang menganggap bahwa daun kelor memiliki banyak khasiat yang dapat dikonsumsi sebagai sayuran maupun makanan pendamping, berikut adalah pernyataannya:

*“Daun kelor yang saya tahu yaitu salah satu daun yang memiliki banyak khasiat bagi kesehatan baik dimakan sebagai sayuran maupun makanan pendamping, tanamannya juga bisa tumbuh di tanah yang tidak terlalu subur.”*

Pengetahuan para konsumen yang menganggap bahwa daun kelor berfungsi sebagai obat atau suplemen herbal, bermanfaat untuk kesehatan, dan sebagai sayuran maupun makanan pendamping sejalan dengan pendapat dari (Akmal et al., 2022) daun kelor dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan baik yakni sebagai bahan sayuran maupun makanan pendamping, daun kelor juga memiliki nutrisi yang cukup sebagai suplemen kesehatan dan pengobatan, sehingga daun kelor disebut sebagai pohon ajaib (*Miracle Tree*). Selain dapat mendefinisikan dasar daun kelor, mayoritas responden yang sangat mengetahui juga dapat menyebutkan ciri-ciri dari bentuk daun kelor tersendiri. Responden ini menyebutkan bahwa daun kelor berbentuk bulat telur dan bersusun majemuk dalam satu tangkai, berikut adalah pernyataannya:

*“Bentuk daun kelor yang pernah saya lihat ini berbentuk bulat telur, panjang daunnya berukuran sekitar kurang lebih 1-2 cm, dan dalam satu tangkai bersusun majemuk.”*

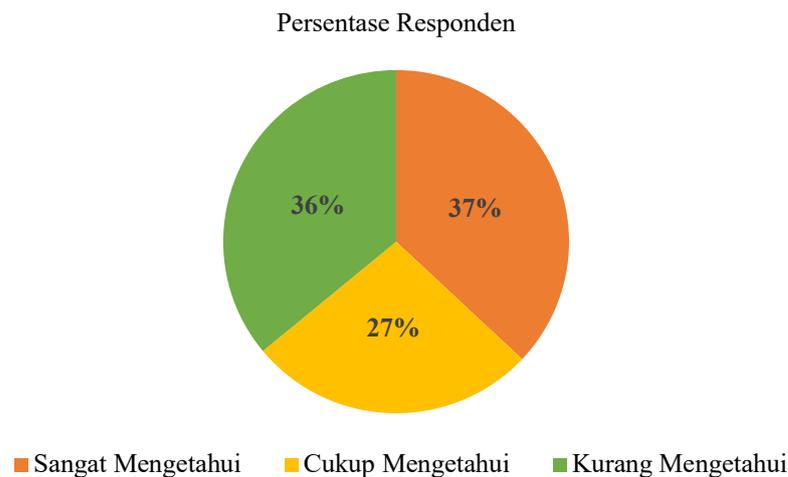
Ada pula pernyataan yang serupa dari responden lain, tetapi sedikit lebih rinci menyebutkan bahwa daun kelor berwarna hijau muda. Berikut adalah pernyataannya:

*“Saya pernah melihat di area kampus kalau daunnya itu majemuk, bertangkai panjang, tersusun berseling, beranak daun gasal, helai daun saat muda berwarna hijau muda.”*

Pengetahuan para konsumen terhadap bentuk dari daun kelor sesuai dengan yang telah dikemukakan oleh (Tilong, 2012) bahwa bentuk daun kelor yakni berbentuk bulat (*orbicularis*) termasuk ke dalam bentuk bangun bulat telur, panjang 1 - 2 cm, lebar 1 - 2 cm, susunan tulang daun kelor menyirip (*penninervis*) dengan satu ibu tulang panjang, daun berwarna hijau tua atau hijau kecoklatan, dan satu tangkai memiliki daun majemuk menyirip gasal rangkap tiga tidak sempurna.

Sementara 20% responden lainnya cukup mengetahui tentang daun kelor dikarenakan responden hanya mengetahui secara umum bahwa daun kelor merupakan tanaman herbal dan dapat digunakan untuk kebutuhan kesehatan tubuh saja. Keterbatasan informasi dan pengetahuan mengakibatkan responden tidak mampu mendefinisikan dan menjelaskan terkait daun kelor dengan baik. Kondisi seperti ini sejalan dengan penelitian dari (Suprpto, 2016) bahwa konsumen dengan tingkat pengetahuan produk yang rendah, lebih cenderung terpengaruh oleh petunjuk dari lingkungan sekitar yang berarti bisa terjadi karena terpengaruh dari cara mereka menerima informasi dari suatu produk.

### **Tingkat Paham**



**Gambar 2.** Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tingkat Paham

Berdasarkan Gambar 2. menunjukkan bahwa sebanyak 37% responden sangat mengetahui tentang ruang lingkup daun kelor, artinya mayoritas responden yaitu konsumen produk olahan daun kelor diketahui sangat baik dalam memahami dengan mampu menjelaskan maupun menyimpulkan tentang ruang lingkup daun kelor yang berkaitan dengan kandungan antioksidan yang dapat melindungi sistem kekebalan tubuh dari pengaruh radikal bebas, serta kandungan berbagai vitamin pada daun kelor yang dapat bermanfaat bagi tubuh untuk mencegah berbagai penyakit. Pengetahuan ini berasal dari responden yang telah membaca informasi terlebih dahulu di Internet dan dari tabel gizi yang disertakan dalam produk yang dibeli dan dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ayu, 2014) bahwa pengetahuan konsumen yang tinggi akan label nutrisi membuat konsumen mengevaluasi produk dengan membaca kandungan gizi dan nutrisi yang dianggap sesuai dengan kebutuhan dan kesehatannya, kemudian konsumen dapat

menentukan pilihan produk makanan kemasan yang akan dikonsumsi. Hasil pengetahuan konsumen ini didapat dari pernyataan para responden disetiap indikatornya, salah satu responden memberikan pernyataan bahwa antioksidan dalam daun kelor dapat mencegah kerusakan sel di dalam tubuh, berikut adalah pernyataannya:

*“Saya pernah baca melalui laman Alodokter kalau dalam daun kelor itu ada senyawa antioksidan yang dapat mencegah kerusakan sel di dalam tubuh akibat makanan atau minuman yang berlebihan.”*

Ada pula responden lain yang pernyataannya sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Yuliani & Dienina, 2015) bahwa antioksidan dapat mencegah pengaruh ancaman radikal bebas yang terbentuk sebagai hasil dari metabolisme oksidatif yaitu hasil dari reaksi-reaksi kimia dan proses metabolik yang terjadi dalam tubuh. Responden tersebut memberikan pernyataan sebagai berikut:

*“Banyak penelitian yang membahas tentang daun kelor bahwa kandungan antioksidannya mampu melawan radikal bebas atau menangkal racun baru yang ada dalam tubuh kita, maka dari itu daun kelor disebut miracle tree.”*

Selain mengetahui tentang antioksidan dalam daun kelor, responden juga mengetahui tentang vitamin apa saja yang terkandung dalam daun kelor. Adapun salah satu responden memberikan pernyataan bahwa daun kelor mengandung vitamin C, kalsium dan zat besi, berikut adalah pernyataannya:

*“Secara keseluruhan saya kurang memahami, namun saya mengetahui bahwa terdapat vitamin dari daun kelor yang dapat menjaga daya tahan tubuh seperti vitamin C, kalsium dan zat besi.”*

Terdapat pula responden lain yang dapat menyebutkan sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh (Afriza et al., 2023) bahwa kandungan vitamin di dalam 100 gram daun kelor segar di antaranya 6,78 mg karoten vitamin A, 0,06 mg tiamin vitamin B1, 0,05 mg riboflavin vitamin B2, 0,8 mg niasin vitamin B3, dan 220 mg vitamin C. Berikut adalah pernyataan yang disampaikan:

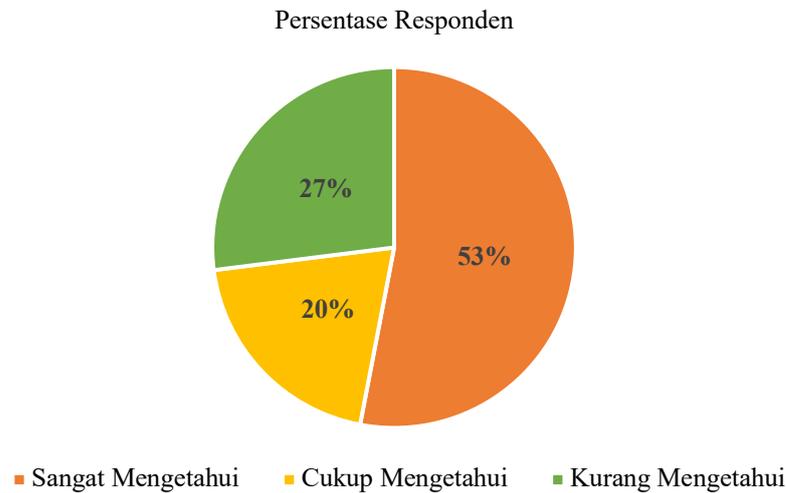
*“Daun kelor ini mengandung vitamin A, B1, B2, B3, dan C, namun yang saya ketahui vitamin C ini memiliki kandungan yang paling tinggi diantara empat vitamin lainnya.”*

Sementara itu, 27% responden yang cukup mengetahui diketahui bahwa responden tidak yakin dengan pengetahuannya, sehingga responden tidak dapat menjelaskan lebih detail karena responden mengaku hanya mengandalkan informasi yang menjadi headline saja. Sehubungan dengan indikator pertama, responden hanya dapat menyebutkan bahwa antioksidan dapat menangkal radikal bebas. Selain itu, untuk indikator kedua, rata-rata responden hanya dapat menyebutkan vitamin yang paling umum saja yaitu vitamin A dan C yang terkandung dalam daun kelor. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraeni, 2022) bahwa masyarakat yang kurang mengetahui terkait kandungan dalam daun kelor, karena cenderung hanya mengetahui manfaat secara umum dan tidak spesifik ke suatu senyawa.

Kemudian 36% responden kurang mengetahui, diakibatkan responden sekedar membeli dan mengonsumsinya saja tanpa mempedulikan informasi tentang produk yang dibeli dan dikonsumsi, apalagi banyak responden yang tidak mengetahui jika daun kelor yang sudah dikeringkan memiliki nilai kandungan yang meningkat. Padahal seharusnya menurut (Fauzi et al., 2020) label gizi mampu

menjadi identitas dan akan dimasukkan dalam ingatan konsumen, sehingga hal ini sangat mempengaruhi konsumen jika konsumen berniat untuk membeli kembali dan menurut (Oktaviana, 2017) pengetahuan konsumen mengenai label gizi akan membentuk sikap konsumen saat membaca dan memahami label gizi pada kemasan produk, sehingga konsumen dapat menentukan pilihan produk yang tepat.

### **Tingkat Aplikasi**



**Gambar 3.** Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tingkat Aplikasi

Berdasarkan Gambar 3. menunjukkan bahwa sebanyak 53% responden sangat mengetahui dalam pengalaman pada produk olahan daun kelor, artinya mayoritas responden yaitu konsumen produk olahan daun kelor diketahui sangat baik dalam mengingat kembali pengalaman penggunaa produk-produk yang pernah dibeli dan dikonsumsi. Hal ini dikarenakan responden mengingat betul terkait bentuk dan harga produk, serta alasan pemilihan produk olahan daun kelor secara detail. Pengetahuan ini diperoleh karena responden menjadikan produk tersebut sebagai salah satu produk yang disukai dan diandalkan untuk menjaga kesehatan tubuhnya pada saat itu, sehingga responden mempunyai kesan dan mudah mengingat mengenai produk olahan daun kelor yang pernah dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ramadayanti, 2019) bahwa konsumen mengingat merek sebagai yang pertama kali terlintas dalam pikiran ketika berbicara tentang kategori produk tertentu berada pada posisi istimewa, artinya merek tersebut menjadi pemimpin di benak konsumen. Pengetahuan yang tinggi tentang suatu produk pun juga mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk karena konsumen sudah mengetahui semua tentang produk yang akan dibeli baik sisi positif maupun sisi negatif dari produk tersebut (Dina, 2020). Hasil pengetahuan konsumen ini didapat dari pernyataan para responden disetiap indikatornya. Hal ini didukung dengan pernyataan responden yang pertama mengaku pernah membeli dan mengonsumsi produk berupa keripik dalam bentuk rempeyek kelor, berikut adalah pernyataannya:

*“Produk olahan daun kelor yang pernah saya beli dan konsumsi itu berupa rempeyek daun kelor dengan harga sekitar 15.000 sampai 30.000, saya membeli keripik ini karena unik aja bisa memanfaatkan tanaman yang berkhasiat yang jarang orang melirik untuk dijadikan cemilan, jadi saya tertarik mencoba rasanya”*

Lain hal produk olahan daun kelor yang pernah dibeli dan dikonsumsi oleh responden lain yang hanya pernah membeli dalam bentuk ekstrak kapsul pelancar ASI. Berikut adalah pernyataannya:

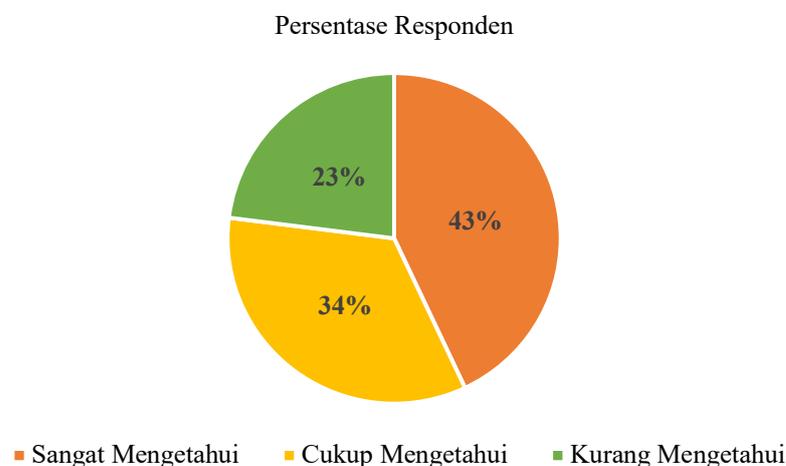
*“Saya hanya pernah membeli dan mengonsumsi dalam bentuk ekstrak kapsul dengan dosis 200 mg isi 30 kapsul, membeli produk ini juga karena berdasarkan pengalaman ibu-ibu yang mengonsumsinya sebagai obat pelancar ASI.”*

Produk olahan daun kelor yang dibeli dan dikonsumsi oleh responden sebelumnya berupa makanan ringan dan suplemen kesehatan. Namun berbeda dengan responden berikut yang lebih memilih produk berupa minuman, pernyataan tersebut disampaikan sebagai berikut:

*“Saya pernah mengonsumsi dalam bentuk minuman yaitu moringa latte dan moringa ginger, harga bubuk moringa latte ini sekitar Rp 8.000 per bungkus, saya beli produk ini karena praktis buat dikonsumsi, mudah didapat melalui online, harganya terjangkau, dan rasanya juga lebih enak apalagi diminum saat dingin.”*

Sementara 20% responden yang cukup mengetahui karena responden tidak banyak mengetahui dalam pengalaman membeli dan mengonsumsi produk olahan daun kelor, sebab responden membeli dan mengonsumsi hanya mengikuti kondisi yang ada, seperti sudah dibelikan oleh orang tua dan membeli saat membutuhkan saja, sehingga responden tidak dapat menyebutkan secara detail mengenai frekuensi mereka dalam mengonsumsi produk olahan daun kelor, karena diketahui responden jarang atau saat sempat saja untuk mengonsumsinya. Sama halnya dengan 27% responden yang kurang mengetahui, diketahui juga bahwa responden tidak mengetahui apapun yang membuat mereka tertarik untuk lebih memilih membeli dan mengonsumsi produk olahan daun kelor. Selain itu, responden juga tidak mengetahui harga produk yang dibeli dan dikonsumsi karena responden mengaku membeli bersama orang tuanya dan adapun responden yang tidak mengingat harga produk yang pernah dibeli dan dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arifin, 2012) yang menyatakan bahwa keluarga berperan sebagai penyebar informasi baik yang membuat seseorang mengikuti anjuran tersebut, termasuk dalam mengonsumsi suatu produk herbal.

### ***Tingkat Analisis***



**Gambar 4.** Distribusi Pengetahuan Konsumen Berdasarkan Tingkat Analisis

Berdasarkan Gambar 4. menunjukkan bahwa sebanyak 43% responden sangat mengetahui terkait dampak dari penggunaan produk olahan daun kelor, artinya mayoritas responden yaitu konsumen produk olahan daun kelor diketahui sangat baik dalam mempersepsikan perbedaan setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor, seperti memberikan tinjauan tentang efek dari mengonsumsi produk olahan daun kelor. Pengetahuan ini diperoleh karena responden menyadari ada atau tidaknya manfaat dan khasiat yang diterima oleh tubuh setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor, seperti sudah terbukti manfaatnya dalam menyembuhkan penyakit dan merasa tubuh lebih segar, atau belum terbukti manfaatnya karena responden sadar tidak mengonsumsi secara rutin. Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Tedjokusumo, 2017) yang menyebutkan bahwa pengetahuan konsumen yang tinggi disebabkan karena mereka merupakan konsumen yang turut berpartisipasi mengonsumsi dan sudah mengetahui serta menyadari manfaat dari produk tersebut. Hasil pengetahuan konsumen ini didapat dari pernyataan para responden disetiap indikatornya, ini didukung dengan pernyataan responden yang pertama mengaku jika dari segi harga produk dan khasiat produk sudah sangat seimbang, pernyataan tersebut disampaikan sebagai berikut:

*“Kalau dari segi khasiat sih sebetulnya sudah sangat seimbang dengan harga yang terjangkau, namun manfaat dan efek terhadap tubuh ini kurang maksimal karena saya tidak mengonsumsinya secara rutin”.*

Selain itu, sebagian responden juga mengetahui terkait khasiat yang didapatkan dari produk olahan daun kelor apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen. Salah satu responden tersebut memberikan pernyataan jika khasiat yang dihasilkan bagi penderita asam lambung sudah sesuai. Berikut adalah pernyataannya:

*“Sejauh ini sudah sesuai dengan harapan saya yang menderita asam lambung, ketika saya rutin mengonsumsi ekstrak daun kelor ini jadi sangat jarang merasakan nyeri di lambung.”*

Setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor tentunya memberikan perbedaan yang signifikan dengan sebelum mengonsumsi pada setiap konsumen. Salah satu responden beranggapan bahwa setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor daya tahan tubuhnya menjadi lebih kuat. Berikut adalah pernyataannya:

*“Saya merasakan tubuh saya lebih kuat dari sebelum rutin mengonsumsi produk daun kelor ini dan sekaligus juga menjadi tidak mudah terserang penyakit saat pandemi covid lalu.”*

Selanjutnya, ada pula responden lain yang juga memberikan pernyataan serupa bahwa setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor badan menjadi tidak mudah sakit. Berikut adalah pernyataannya:

*“Sebelumnya badan saya mudah drop, tetapi setelah rutin mengonsumsi badan jadi lebih segar dan sehat”.*

Sementara sebanyak 34% responden lainnya yang cukup mengetahui berpendapat bahwa tidak ada perbedaan setelah mengonsumsi produk olahan daun kelor, responden merasa biasa-biasa saja atau tidak mengalami perbedaan yang signifikan pada kesehatannya dikarenakan frekuensi mengonsumsi produk olahan daun kelor relatif jarang. Hal yang sama juga terjadi pada 23% responden yang kurang mengetahui karena banyak responden yang tidak rutin mengonsumsi

produk tersebut, sehingga responden tidak mengetahui ataupun menyadari manfaat yang diberikan dari produk olahan daun kelor yang dibeli dan dikonsumsi, maka itu responden tidak dapat menyampaikan pengetahuannya tentang pengalamannya dalam mengonsumsi produk olahan daun kelor. Menurut hasil penelitian (Kusuma et al., 2020) bahwa kebiasaan konsumsi produk herbal secara rutin dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan sikap penerimaan produk herbal, sehingga ketika tingkat pengetahuan tinggi maka kebiasaan konsumsi produk herbal meningkat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak semua konsumen Griyanesia di kecamatan Rungkut Kota Surabaya mengetahui tentang daun kelor dan produk olahan daun kelor, sehingga konsumen memilih, membeli, dan mengonsumsi produknya hanya berdasarkan asumsi akan keberbalan dan kesehatan saja. Dapat disimpulkan juga bahwa kebiasaan konsumsi produk herbal secara rutin dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan sikap penerimaan produk herbal, sehingga ketika tingkat pengetahuan tinggi maka kebiasaan konsumsi produk herbal meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, R., Yuska, D., & Yuniarti, E. (2023). Moringa Oleifera Addition to Puding on Organoleptic Test and Nutritional Content. *Jurnal Ilmiah Kesehatan (JIKA)*, 5(1), 170–180.
- Akmal, A., Rauf, B., Azis, A. A., & Azis, R. (2022). *Potensi Usaha Kelor (Moringa oleifera Lam.) untuk Menurunkan Kejadian Stunting*.
- Anggraeni, D. (2022). *Hubungan tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan daun kelor sebagai anti hiperkolesterolemia di Kecamatan Gondanglegi Kabupaten Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Arifin, B. S. (2012). *Dukungan sosial terhadap penggunaan jamu tradisional dalam perawatan ibu post partum di wilayah kerja Puskesmas Sidoharjo Sragen*.
- Ayu, E. C. P. (2014). *Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Konsumen akan Nutrition Labeling terhadap Minat Beli*. Program Studi Manajemen FEB-UKSW.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian kualitatif & desain riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1–634.
- Dewi, F. ., Suliasih, N., & Gardina, Y. (2016). *Pembuatan Cookies dengan Penambahan Tepung Daun Kelor (Moringa Oleifera) pada Berbagai Suhu Pemanggangan*. 1–21.
- Dina, D. N. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Penelitian Pada Masyarakat Kaum Perempuan Di Kecamatan Cibitung Bekasi)*. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 2(1), 1–10.
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Utomo, R. C., Dewi, L., & Muhtar, S. R. (2020). *Branding dan Product Inovation Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Krupuk Bawang Desa Mrahu Kartoharjo Magetan*. *Madaniya*, 1(1), 44–52.
- Krisnadi, A. D. (2015). *Kelor super nutrisi*. Blora: Pusat Informasi Dan Pengembangan Tanaman Kelor Indonesia.
- Kusuma, T. M., Wulandari, E., Widiyanto, T., & Kartika, D. (2020). *Hubungan tingkat pengetahuan dan sikap terhadap kebiasaan konsumsi jamu pada masyarakat*

- Magelang tahun 2019. *Pharmacon: Jurnal Farmasi Indonesia*, 37–42.
- Oktaviana, W. (2017). *Hubungan Antara Karakteristik Individu Dan Pengetahuan Label Gizi Dengan Membaca Label Gizi Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen Di 9 Supermarket Wilayah Kota Tangerang Selatan Tahun 2016*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2017.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
- Santoso, I., Mustanirroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban produk dan minat beli frozen food: peran pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 133–144.
- Statistik, B. P. (2014). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Berita Resmi Statistik*, 17(16/02), 1–9.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Suprpto, R. (2016). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS Kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 2(1).
- Tedjokusumo, I. (2017). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) Berupa Donasi pada Bisnis Ritel Alfamart. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 121–131.
- Tilong, A. D. (2012). *Ternyata, Kelor Penakluk Diabetes*. Jogjakarta: Diva Press *Kontrol Berupa Pengukuran Kembali Kadar Glukosa Darah Yang Dilakukan*, 2.
- Yuliani, N. N., & Dienina, D. P. (2015). Uji aktivitas antioksidan infusa daun kelor (*Moringa oleifera*, Lamk) Dengan Metode 1, 1-diphenyl-2-picrylhydrazyl (DPPH). *Jurnal Info Kesehatan*, 13(2), 1060–1082.
- Yuliati, E., Mahmudah, R., & Hanapi, A. (2017). KOIN MAMI Kelor UIN Maliki Untuk Imunitas Masa Pandemi. *Kementerian Agama RI*.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1).