



PELATIHAN PEMBUATAN ES MINUMAN BUNGA TELANG (*CLITORIA TERNATEA*) OLEH IBU PKK DESA MALIKU BARU SEBAGAI INOVASI UMKM DAN STRATEGI PEMASARAN

Oleh

Ade Novalia¹, Dian Indriani², Diva Luthfi Anggara Putra³, Elae Saputri⁴, Elmawati⁵, Kesya Ivena Br Ginting⁶, Kristin Natalia⁷, Lalu Sandu Baya⁸, Martitus Wiranata⁹, Ociyo Naibaho¹⁰, Ridwan Bangun¹¹, Riri Florentia¹², Stefanny M. Simalango¹³, Yolanka¹⁴, Rahmat Tajudinnur¹⁵, Agtri Wulandari¹⁶

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16} Universitas Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

Email: 6kesyaginting23@gmail.com

Article History:

Received: 05-08-2025

Revised: 27-08-2025

Accepted: 08-09-2025

Keywords:

Butterfly Pea, Herbal Beverage, MSMEs, Digital Marketing, Community Empowerment

Abstract: *The butterfly pea (*Clitoria ternatea*) contains anthocyanins and flavonoids with antioxidant, antihypertensive, and antidiabetic properties. However, in Maluku Baru Village its use remains limited to ornamental purposes, resulting in low economic value. This community engagement program aimed to enhance the skills of the local women's group (PKK) in processing butterfly pea into healthy, marketable beverages, while also introducing basic digital marketing strategies to strengthen village-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The program employed a Participatory Action Research (PAR) approach, involving problem identification, production training, hygienic packaging, and digital promotion. Fifteen participants took part in the training, with outcomes evaluated through pre- and post-tests. The results demonstrated significant improvement in both production and marketing skills, particularly in digital marketing, which increased by nearly 90%. Participants were able to produce butterfly pea beverages independently and began promoting their products through official village social media platforms. This program proved effective in improving community capacity in utilizing local resources and is expected to continue with further assistance in business management, product packaging, and food safety certification to enhance product competitiveness.*

PENDAHULUAN

Usaha pemberdayaan masyarakat desa melalui kegiatan pengolahan tanaman lokal merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga dan kelompok masyarakat. Desa Maluku Baru memiliki potensi sumber daya alam berupa bunga telang (*Clitoria ternatea*), yang dikenal kaya akan antosianin dan flavonoid dengan aktivitas antioksidan tinggi serta berpotensi sebagai agen antihipertensi dan antidiabetes (Rahmawati & Setiawan, 2020; Pratama et al., 2021). Namun, pemanfaatan bunga telang di desa ini masih terbatas hanya sebagai tanaman hias, sehingga nilai ekonominya belum di optimal dengan baik.

Permasalahan yang muncul belum adanya pelatihan secara terstruktur bagi masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK Desa Maluku Baru, untuk mengolah bunga telang menjadi minuman siap konsumsi yang memiliki nilai tambah. Di sisi lain, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa keterampilan dalam pengolahan pangan berbasis potensi lokal masih rendah, serta belum adanya strategi pemasaran digital yang memadai untuk memasarkan produk olahan desa. Padahal, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan digital marketing terbukti dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan UMKM desa (Nugroho, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji manfaat bunga telang sebagai bahan baku minuman herbal dan potensinya sebagai antioksidan alami (Sari et al., 2021; Fitriani et al., 2022). Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada aspek farmakologi dan teknologi pangan, bukan pada penerapan berbasis pengabdian masyarakat yang menggabungkan inovasi produk dengan strategi pemasaran digital. Hal ini menunjukkan adanya kebaruan dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu memadukan pelatihan pembuatan minuman bunga telang dengan pemberdayaan ibu PKK serta penguatan pemasaran digital berbasis riset. Dengan demikian, pengembangan potensi bunga telang tidak hanya berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam memperkuat kemandirian dan daya saing desa di era ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal.

Berdasarkan masalah tersebut, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk melatih keterampilan ibu PKK Desa Maluku Baru dalam mengolah bunga telang menjadi minuman herbal yang sehat dan bernilai ekonomis, dan memperkenalkan strategi pemasaran digital sederhana untuk memperluas distribusi produk olahan desa sehingga mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) karena menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih agar solusi yang dirumuskan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat, sekaligus mendorong keberlanjutan program setelah kegiatan selesai (Sari et al., 2022). Subjek dalam kegiatan ini adalah kelompok Ibu PKK Desa Maluku Baru yang berjumlah 15 orang. Pemilihan sasaran didasarkan pada keterlibatan mereka yang cukup aktif dalam kegiatan desa serta minat untuk mengembangkan produk berbasis potensi lokal.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama adalah identifikasi masalah dan potensi lokal, yang dilaksanakan melalui observasi lapangan dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan peserta dan perangkat desa. Tahap kedua berupa pelatihan pembuatan minuman bunga telang, yang mencakup pengenalan manfaat bunga telang, teknik pengolahan minuman, standar higienitas, dan pengemasan produk. Tahap ketiga adalah pendampingan strategi pemasaran digital, dengan memberikan pelatihan penggunaan media sosial (WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook) untuk promosi produk. Tahap terakhir adalah evaluasi dan refleksi aksi, yaitu penilaian ketercapaian tujuan melalui diskusi bersama peserta serta monitoring hasil produksi. Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi, kuesioner kepuasan peserta, dan wawancara singkat. Data kualitatif dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif tematik, sedangkan



data kuantitatif berupa skor pre-test dan post-test dianalisis secara komparatif untuk menilai peningkatan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan (Nugroho & Rahman, 2021)



A



B



C



D

Gambar 1. A (Proses Merebus Bunga Telang), B (Proses Memasukkan Es Bunga Telang ke Dalam Gelas Produk), C (Proses Memotong Lemon), D (Penjelasan Proses Pembuatan Es Minuman Bunga Telang).



A



B



C



D

Gambar 2. A (Pemasaran Digital Pada Media Sosial WhatsApp), B (Pemasaran Digital Pada Media Sosial Facebook), C (Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram), D (Pemasaran Digital Pada Media Sosial Tiktok).

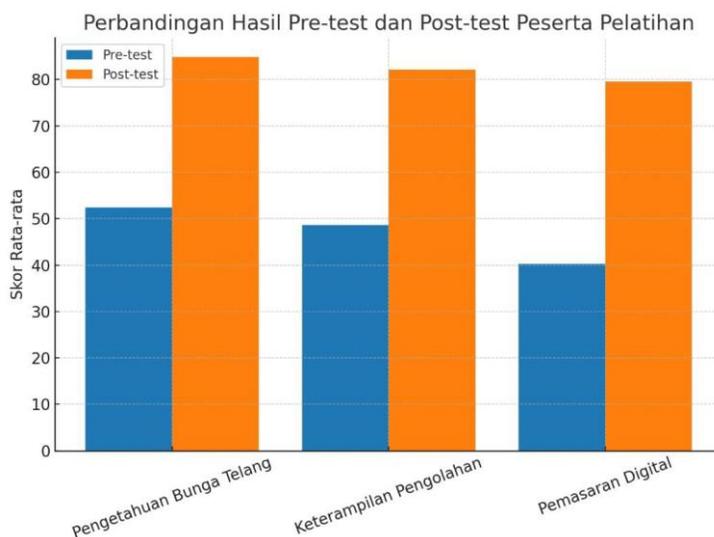


HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan diikuti oleh 15 orang anggota ibu-ibu PKK Desa Maluku Baru. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam pengolahan minuman bunga telang dan pemahaman strategi pemasaran digital.

Tabel 1 berikut menyajikan perbandingan skor rata-rata hasil pre-test dan post-test keterampilan peserta:

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Keterampilan Peserta



Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan. Peningkatan paling tinggi terdapat pada aspek pemasaran digital, yang sebelumnya sangat minim diketahui oleh peserta. Pelatihan pengolahan bunga telang dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) terbukti mampu meningkatkan keterampilan peserta secara signifikan. Sebelum pelatihan, mayoritas anggota PKK hanya mengenal bunga telang sebagai tanaman hias, tanpa memahami nilai tambah ekonominya. Setelah pelatihan, mereka dapat mempraktikkan teknik pengeringan, ekstraksi, dan pengemasan produk secara higienis. Hal ini mendukung penelitian Fitriani et al. (2022) yang menunjukkan bahwa bunga telang memiliki prospek tinggi sebagai minuman herbal bergizi.

Selain keterampilan produksi, pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital juga mengalami peningkatan yang berarti. Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pada strategi promosi berbasis media sosial dan marketplace. Peningkatan ini mendukung temuan Nugroho & Rahman (2021) yang menyatakan bahwa digital marketing efektif memperluas jangkauan pasar UMKM. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga mengubah cara pandang masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi. Data kuantitatif mendukung keberhasilan program, dengan peningkatan skor rata-rata pada aspek bahan baku, pengolahan, dan pemasaran digital. Peningkatan terbesar terjadi pada pemasaran digital, yang mencapai 90% dibandingkan sebelum pelatihan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa peserta lebih percaya diri memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan demikian, kegiatan ini mampu menjawab

kesenjangan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan potensi lokal. Dampak nyata dari program terlihat dari inisiatif ibu-ibu PKK Desa Maluku Baru yang mulai memproduksi minuman bunga telang secara mandiri. Produk tersebut kini dipasarkan melalui akun media sosial resmi desa, sehingga mampu menjangkau konsumen di luar wilayah. Hasil ini membuktikan bahwa tujuan program, yaitu peningkatan keterampilan dan strategi pemasaran digital, telah tercapai dengan baik. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memberi pengetahuan praktis, tetapi juga mendorong inovasi UMKM berbasis riset yang berkelanjutan.



A



B

Gambar 3. A (Produk Olahan Es Bunga Telang), B (Foto bersama peserta dan tim pelaksana pada kegiatan pelatihan pembuatan minuman bunga telang oleh Ibu PKK Desa Maluku Baru).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pembuatan minuman bunga telang (*Clitoria ternatea*) oleh ibu-ibu PKK Desa Maluku Baru telah berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah potensi lokal menjadi produk bernilai ekonomi. Program ini juga memperkuat kemampuan peserta dalam memanfaatkan strategi pemasaran digital sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas dan efektif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan pola pikir masyarakat terhadap pentingnya inovasi produk lokal serta penerapan teknologi digital sebagai sarana promosi. Dengan demikian, tujuan pengabdian telah tercapai melalui peningkatan kapasitas masyarakat desa dalam aspek produksi maupun pemasaran. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat berlanjut dengan pendampingan intensif dalam pengembangan variasi produk berbasis bunga telang agar memiliki daya saing yang lebih tinggi. Selain itu, perlu dilakukan pelatihan lanjutan mengenai manajemen usaha, pengemasan produk, serta sertifikasi keamanan pangan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Dukungan dari pemerintah desa dan mitra UMKM juga penting dalam memperluas jaringan distribusi. Ke depan, penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada analisis kelayakan usaha dan dampak sosial ekonomi dari pengembangan produk bunga telang di Desa Maluku Baru.



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Maluku Baru yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Penghargaan juga diberikan kepada Ibu-ibu PKK Desa Maluku Baru atas antusiasme dan partisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Ucapan terima kasih ditujukan pula kepada masyarakat desa yang turut membantu sehingga kegiatan berjalan lancar. Akhirnya, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bushiri MI, Asiyah S, Farida E. Penerapan strategi digital marketing dalam upaya meningkatkan pendapatan pada UMKM Sarbini Kepiting di Desa Pinggirpapas, Kabupaten Sumenep. *J Solma*. 2024;13(1):513-22. doi:10.22236/solma.v13i1.14604.
- [2] Dewi NWRK. Pemanfaatan dan potensi antioksidan pada bunga telang (*Clitoria ternatea* L.): *literatur review*. *J Pharmactive*. 2022;1(2). doi:10.64036/pharmactive.v1i2.21.
- [3] Fitriani R, Kurniawan B, Lestari D. Prospek bunga telang sebagai minuman herbal bergizi. *J Gizi Pangan*. 2022;14(1):33-40.
- [4] Nugroho A. Digital marketing sebagai strategi peningkatan pendapatan UMKM desa. *J Ekon Kreatif*. 2021;5(1):67-74.
- [5] Nugroho A, Rahman F. Efektivitas pemasaran digital terhadap perkembangan UMKM. *J Bisnis Manaj*. 2021;9(2):56-64.
- [6] Perwitasari M, Nuriyah SA, Kurnia Putri I, Rizki Amalia Harahap N, Deffy Anggarany A, Anindita R, et al. Potensi antioksidan infusa bunga telang (*Clitoria ternatea*), rosella (*Hibiscus sabdariffa*) dan daun stevia (*Stevia rebaudiana*) sebagai antidiabetes. *J Mitra Kesehatan*. 2023;5(2):118-26. doi:10.47522/jmk.v5i2.194.
- [7] Pratama R, Hidayat T, Lestari N. Aktivitas antihipertensi dan antidiabetes ekstrak bunga telang. *J Farmasi Indonesia*. 2021;13(1):23-30.
- [8] Rahmawati D, Setiawan A. Potensi bunga telang (*Clitoria ternatea*) sebagai sumber antioksidan dan agen terapi. *J Herbal Nusantara*. 2020;4(2):45-52.
- [9] Sari D, Pratiwi H, Nugraha E. *Participatory Action Research* (PAR) dalam pengembangan masyarakat desa. *J Pemberdayaan Sosial*. 2022;7(3):120-9.
- [10] Sari P, Handayani L, Yusuf M. Manfaat bunga telang sebagai minuman herbal berkhasiat. *J Teknol Pangan*. 2021;6(2):88-95.
- [11] Vintari CE, Yulianti E, Ferdinal F. Ekstrak metanol bunga telang (*Clitoria ternatea* L.): kapasitas total antioksidan dan kadar metabolik sekunder. *J Sosial dan Sains*. 2024;4(9):870-7. doi:10.59188/jurnalsosains.v4i9.1526.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN