

PELATIHAN PENGOLAHAN BUNGA TELANG MENJADI MINUMAN KHAS MEKAR MULIO MELALUI BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING

Aris Siregar¹, Herman², Jihan Aprilia³, Novita Sari⁴, Hilmiatu Sahla⁵

^{1,2,3,4}Manajemen, Universitas Asahan

⁵Ekonomi Pembangunan, Universitas Asahan

*email: *Siregararis077@gmail.com*

Abstract: Training and mentoring in processing butterfly pea flowers into a specialty drink in Mekar Mulio Village, Asahan Regency, was conducted as a form of community empowerment based on local potential. This activity aimed to improve the community's skills in processing butterfly pea flowers into a beverage with economic value and to introduce branding and digital marketing strategies as promotional tools. The implementation method consisted of socialization, hands-on training, product development mentoring, and training in the use of digital media for marketing. The results showed that the community was able to produce high-quality butterfly pea flower drinks, with attractive packaging, and a strong brand identity, namely "Telangi." Furthermore, training participants were able to utilize social media platforms such as Facebook dan Shopee to expand their market reach. This activity had a positive impact on increasing community knowledge, skills, and income. The program also opened up opportunities for the establishment of sustainable village micro-enterprises based on local potential.

Keywords: Butterfly pea flowers, training, community empowerment, product branding, digital marketing.

Abstrak: Pelatihan dan pendampingan pengolahan bunga telang menjadi minuman khas di Desa Mekar Mulio, Kabupaten Batubara, dilakukan sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah bunga telang menjadi produk minuman bernilai ekonomi serta memperkenalkan strategi branding dan digital marketing sebagai sarana promosi. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan praktik langsung, pendampingan pembuatan produk, serta pelatihan penggunaan media digital untuk pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mampu menghasilkan produk minuman bunga telang dengan kualitas baik, kemasan menarik, serta identitas merek yang kuat, yaitu "Telangi". Selain itu, peserta pelatihan mampu memanfaatkan media sosial seperti Facebook, dan Shopee untuk memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan pendapatan masyarakat. Program ini juga membuka peluang terbentuknya usaha mikro desa berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Bunga telang, pelatihan, pemberdayaan masyarakat, branding produk, digital marketing.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi masyarakat desa pada era modern menuntut adanya kreativitas dan inovasi dalam mengelola potensi lokal agar mampu menjadi sumber penghidupan yang berkelanjutan. Desa-desa di Indonesia memiliki beragam potensi sumber daya alam yang apabila dikelola dengan baik dapat menjadi produk unggulan daerah. Salah satu bentuk

pemanfaatan potensi tersebut adalah dengan mengolah hasil alam menjadi produk bernilai tambah melalui pendekatan ekonomi kreatif dan kewirausahaan lokal. Desa Mekar Mulio merupakan salah satu desa yang memiliki potensi tanaman bunga telang (*Clitoria ternatea*) yang tumbuh melimpah di pekarangan warga. Namun, selama ini bunga telang belum dimanfaatkan secara optimal dan hanya dikenal sebagai tanaman hias atau bahan pewarna alami

tradisional.

Bunga telang sesungguhnya memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk minuman herbal yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Kandungan antosianin dalam bunga telang berfungsi sebagai antioksidan alami yang bermanfaat bagi kesehatan, seperti membantu meningkatkan daya tahan tubuh, mengurangi stres oksidatif, serta menjaga kesehatan kulit. Selain manfaatnya, bunga telang juga memiliki keunggulan estetika, yaitu warna biru keunguan yang indah dan menarik perhatian konsumen. Keunggulan tersebut dapat dijadikan dasar untuk menciptakan produk minuman khas yang unik, sehat, dan menarik secara visual.

Selama ini, sebagian masyarakat Desa Mekar Mulio belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara pengolahan bunga telang menjadi minuman siap saji yang higienis dan berkualitas. Keterbatasan keterampilan tersebut menjadi salah satu faktor utama yang menghambat pemanfaatan potensi lokal. Di sisi lain, perkembangan ekonomi kreatif yang pesat menuntut masyarakat untuk tidak hanya mampu memproduksi, tetapi juga memahami pentingnya *branding* dan strategi pemasaran digital. Produk lokal yang memiliki identitas merek kuat dan dipasarkan secara modern melalui media sosial berpotensi menembus pasar yang lebih luas, bahkan hingga tingkat nasional.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, kegiatan pelatihan ini dirancang untuk menjadi solusi konkret terhadap permasalahan tersebut. Melalui pelatihan pengolahan bunga telang menjadi minuman khas, masyarakat diberikan kesempatan untuk meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan bahan baku lokal secara inovatif. Selain itu, kegiatan ini juga mengajarkan pentingnya membangun *brand identity* produk agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi di pasar. *Branding* bukan sekadar membuat logo atau nama produk, tetapi juga tentang membangun

citra, kepercayaan, dan keunikan yang mampu membedakan produk lokal dari produk sejenis lainnya.

Lebih jauh lagi, pelatihan ini memperkenalkan masyarakat terhadap dunia *digital marketing*, yakni strategi pemasaran berbasis teknologi yang sangat relevan di era digital saat ini. Pemasaran digital tidak hanya membantu memperkenalkan produk ke khalayak luas, tetapi juga memberikan peluang interaksi langsung antara produsen dan konsumen. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Shopee, masyarakat dapat memperluas jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya besar. *Digital marketing* juga memungkinkan pelaku usaha kecil menengah (UMKM) di pedesaan untuk bersaing dengan produk-produk modern melalui promosi yang kreatif dan efisien.

Keberhasilan pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan individu, tetapi juga mampu menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang lebih luas. Melalui pemberdayaan kelompok masyarakat seperti ibu rumah tangga dan pemuda desa, kegiatan ini dapat mendorong munculnya wirausaha baru yang berbasis pada potensi lokal. Dengan demikian, masyarakat dapat memperoleh tambahan pendapatan sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi keluarga. Selain itu, kegiatan ini juga berpotensi menciptakan identitas baru bagi Desa Mekar Mulio melalui produk khas “Minuman Telang Mekar Mulio” yang menjadi kebanggaan dan ikon desa.

Dari sisi sosial budaya, kegiatan ini juga memperkuat nilai gotong royong dan kebersamaan antarwarga. Proses pelatihan, produksi, hingga pemasaran dilakukan secara kolaboratif, melibatkan berbagai lapisan masyarakat dengan tujuan yang sama, yaitu memajukan desa melalui inovasi produk lokal. Kolaborasi ini penting karena selain menumbuhkan rasa memiliki terhadap produk, juga memperkuat kesadaran kolektif bahwa pengembangan ekonomi tidak hanya tanggung jawab individu tetapi hasil kerja bersama.

Secara akademik, kegiatan pengabdian ini memiliki nilai strategis karena mengintegrasikan pengetahuan dari berbagai disiplin ilmu, seperti kewirausahaan, teknologi pangan, komunikasi pemasaran, dan ekonomi digital. Pendekatan lintas bidang ini memungkinkan terciptanya program pelatihan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengolahan, tetapi juga pada pengembangan soft skill, kreativitas, serta pemanfaatan teknologi. Hal ini sejalan dengan arah pembangunan nasional yang mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dan transformasi digital.

Kegiatan ini juga mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya pada aspek peningkatan kesejahteraan masyarakat desa (SDG 8: *Decent Work and Economic Growth*) serta konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (SDG 12: *Responsible Consumption and Production*). Pemanfaatan bunga telang sebagai bahan baku utama merupakan bentuk inovasi berkelanjutan yang memanfaatkan sumber daya alam tanpa merusak lingkungan. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mengedukasi masyarakat untuk mengelola sumber daya secara bijak dan ramah lingkungan.

Lebih lanjut, *branding* produk berbasis potensi lokal seperti minuman bunga telang dapat menjadi bagian dari strategi pariwisata kreatif desa. Produk khas tersebut dapat dijadikan oleh-oleh khas daerah yang memperkuat daya tarik wisata berbasis budaya dan alam. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membuka peluang kolaborasi dengan pelaku UMKM, pemerintah daerah, maupun lembaga swasta yang mendukung pengembangan ekonomi desa.

Selain aspek ekonomi dan sosial, kegiatan ini juga memberikan manfaat edukatif yang sangat penting. Melalui pelatihan ini, masyarakat tidak hanya dilatih untuk memproduksi, tetapi juga didorong untuk berpikir kreatif, adaptif, dan inovatif. Peserta pelatihan

diperkenalkan pada konsep *entrepreneurship mindset*, yakni pola pikir kewirausahaan yang mendorong keberanian untuk mengambil inisiatif dan menghadapi risiko usaha. Hal ini penting karena perubahan perilaku dan mentalitas merupakan kunci utama dalam mengubah potensi lokal menjadi sumber ekonomi baru.

Dalam prosesnya, kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek dari kegiatan. Masyarakat diajak untuk aktif berkontribusi mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pendekatan partisipatif ini terbukti lebih efektif karena mampu menumbuhkan rasa tanggung jawab dan keterlibatan emosional masyarakat terhadap keberhasilan program.

Oleh karena itu, pelatihan pengolahan bunga telang menjadi minuman khas Desa Mekar Mulio melalui *branding* produk dan *digital marketing* bukan hanya sekadar kegiatan teknis, tetapi juga merupakan upaya strategis dalam menciptakan model pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal yang berkelanjutan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan Desa Mekar Mulio mampu melahirkan produk unggulan yang berdaya saing tinggi, memiliki identitas kuat, serta mampu menjadi inspirasi bagi desa lain dalam mengembangkan ekonomi berbasis kreativitas dan teknologi.

Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam proses panjang pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada kemandirian dan inovasi. Dengan dukungan berbagai pihak mulai dari pemerintah desa, akademisi, hingga masyarakat program ini dapat terus berlanjut dan berkembang. Produk minuman bunga telang khas Mekar Mulio nantinya diharapkan tidak hanya menjadi simbol keberhasilan kegiatan pengabdian, tetapi juga menjadi wujud nyata transformasi desa menuju ekonomi kreatif yang mandiri dan berdaya saing di era digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif di mana, peserta pengabdian masyarakat yaitu pelaku usaha merupakan subjek dalam proses pemberdayaan, pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan prinsip *community based empowerment*, yaitu pengembangan kapasitas masyarakat berdasarkan kebutuhan dan potensi lokal (Suherman & Indrawati, 2021). Pendekatan ini terbukti efektif karena melibatkan peserta secara langsung dalam setiap proses kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Dengan cara ini, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh lebih mudah diinternalisasi oleh peserta dan berpotensi untuk terus diterapkan setelah kegiatan berakhir.

Kegiatan ini terdiri dari tiga tahap utama: tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa Mekar Mulio untuk memperoleh izin dan dukungan pelaksanaan kegiatan. Selain itu, dilakukan pula survei awal untuk mengidentifikasi ketersediaan bahan baku bunga telang, kondisi masyarakat, serta kebutuhan pelatihan yang sesuai.

Tim juga menyiapkan bahan pelatihan berupa modul praktis tentang pengolahan bunga telang, desain label produk, serta strategi pemasaran digital sederhana yang dapat diterapkan oleh peserta. Persiapan alat dan bahan, seperti bunga telang kering, botol kemasan, gula alami, peralatan dapur, dan perangkat digital (ponsel serta laptop), juga dilakukan untuk mendukung kegiatan praktik.

2. Tahap Pelaksanaan

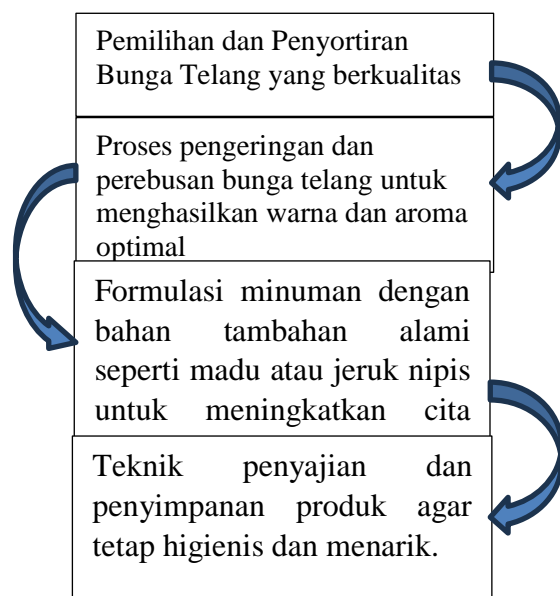
Kegiatan diawali dengan penyampaian narasumber tentang pentingnya inovasi produk lokal dan branding produk kepada para peserta, selanjutnya memberikan penjelasan manfaat dan nilai ekonomi dari bunga telang, kandungan gizinya, serta peluang pengembangannya sebagai produk

minuman khas yang bernilai jual, narasumber juga menyampaikan.

Selain itu, peserta diberi pemahaman tentang pentingnya *branding* dalam menciptakan identitas produk serta peran *digital marketing* dalam memperluas jangkauan pasar. Materi disampaikan secara interaktif melalui diskusi, tanya jawab, dan pemutaran video inspiratif terkait keberhasilan produk lokal berbasis potensi desa.

Selanjutnya peserta dilatih secara langsung oleh Tim Pengabdian Masyarakat untuk mengolah bunga telang menjadi minuman herbal khas Desa Mekar Mulio, pelatihan dilakukan dengan metode demonstrasi langsung (*learning by doing*), sehingga peserta dapat memahami setiap tahap secara praktis. Peserta dibimbing oleh tim dosen dan mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator kegiatan. Tahapan Pelatihan sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan Pelatihan Pengolahan Bunga Telang



Selanjutnya, setelah pelatihan pengolahan bunga telang, dilanjutkan dengan pelatihan *branding*. Peserta diberikan materi mengenai konsep dasar *brand identity*, termasuk pemilihan nama produk, logo, desain kemasan, serta pembuatan label produk yang menarik.

Dalam kegiatan ini, peserta diajak untuk memberi nama / merek produk minuman hasil olahan dengan identitas

kelas desa, yaitu “Minuman Bunga Telangi Khas Mekar Mulio”. Peserta kemudian mendesain kemasan sederhana menggunakan alat digital seperti *Canva* dan mempraktikkan cara mencetak label yang ekonomis namun tetap estetik. Melalui pelatihan ini, diharapkan produk memiliki daya tarik visual dan citra yang mampu menarik perhatian konsumen di pasar lokal maupun online.

Selanjutnya peserta pengabdian masyarakat diberikan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital sederhana sebagai upaya pengembangan pemasaran produk, melalui pelatihan sebagai berikut:

1. Pembuatan akun bisnis di platform media sosial (Facebook, Shopee).
2. Pembuatan konten foto dan video produk yang menarik dengan menggunakan kamera ponsel.
3. Teknik menulis caption promosi yang persuasif.
4. Strategi penjualan dan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital.
5. Cara menganalisis respon pasar melalui fitur insight media sosial agar dapat mengetahui minat konsumen dan waktu terbaik untuk melakukan promosi.

Pelatihan ini dilaksanakan secara interaktif, dengan praktik langsung agar peserta terbiasa menggunakan media digital sebagai sarana utama promosi dan komunikasi produk.



Gambar 1. Contoh logo produk Telangi

3. Tahap Evaluasi

Setelah kegiatan pelatihan selesai, tim pelaksana tetap melakukan pendampingan intensif selama beberapa

minggu. Pendampingan ini mencakup bimbingan produksi, perbaikan desain kemasan, hingga strategi penjualan lanjutan. Monitoring dilakukan untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan pelatihan, baik dari aspek peningkatan keterampilan peserta maupun kualitas produk yang dihasilkan. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara singkat dengan peserta tentang pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi selama proses produksi dan pemasaran

PEMBAHASAN

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Kegiatan dilakukan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan interaktif, dan pendampingan langsung kepada peserta kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Balai Desa Mekar Mulio dan diikuti oleh 25 peserta yang terdiri atas ibu rumah tangga, pemuda desa, serta pelaku UMKM lokal. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama tiga hari efektif, dimulai dengan kegiatan sosialisasi, pelatihan pengolahan produk, hingga praktik pemasaran digital. Pada hari pertama, kegiatan diawali dengan sosialisasi potensi ekonomi bunga telang. Peserta diperkenalkan pada manfaat bunga telang, baik dari segi kesehatan maupun peluang usaha. Antusiasme masyarakat terlihat tinggi karena sebagian besar peserta baru mengetahui bahwa bunga telang memiliki nilai ekonomi yang cukup besar bila diolah menjadi produk minuman herbal.



Gambar 2. Dokumentasi Tim PKM

Kegiatan hari kedua difokuskan pada

pelatihan teknis pengolahan bunga telang menjadi minuman siap saji. Peserta diajarkan mulai dari tahap seleksi bunga telang, pengeringan, perebusan, pencampuran bahan tambahan alami (seperti madu dan jeruk nipis), hingga proses penyaringan dan pengemasan. Pelatihan dilakukan secara langsung (*hands-on training*) dengan bimbingan dari tim pelaksana. Selama kegiatan, peserta tampak aktif bertanya dan mencoba praktik secara mandiri.

Pada hari ketiga, kegiatan berlanjut ke sesi pelatihan branding dan digital marketing. Peserta diajarkan mengenai konsep dasar *brand identity*, pentingnya kemasan produk yang menarik, serta cara memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Setiap peserta didampingi untuk membuat desain label sederhana menggunakan aplikasi *Canva*, yang kemudian dicetak dan ditempel pada botol produk. Mereka masing-masing. Hasilnya, muncul berbagai ide kreatif, seperti nama produk “Telang Biru Mekar”, “Bunga Biru Asli Mekar Mulio”, dan “Mekar Telang Tea”.

Kegiatan diakhiri dengan sesi praktik promosi digital. Peserta membuat akun bisnis di platform Facebook, dan Shopee, serta belajar membuat konten promosi berupa foto dan video singkat produk mereka. Pelatihan ini menghasilkan peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital sebagai media promosi.

Pada kegiatan ini, masyarakat berhasil menghasilkan produk minuman bunga telang dengan cita rasa dan penampilan yang menarik. Warna biru keunguan alami dari bunga telang memberikan kesan estetika yang khas dan mudah dikenali.

Setelah beberapa kali uji coba formulasi, ditemukan komposisi yang paling disukai oleh peserta, yaitu:

Untuk membuat 5 gelas minuman herbal bunga telang:

1. 10–15 kuntum bunga telang (segar/kering).
2. 2 batang sereh (digeprak).
3. ±3 cm jahe (diiris atau digeprek).

4. Gula putih secukupnya (bisa diganti madu/gula aren).

5. 500 ml air bersih.

Formulasi tersebut menghasilkan rasa manis segar dan aroma alami yang disukai oleh konsumen. Berdasarkan uji rasa sederhana di antara peserta dan tamu undangan desa, sebanyak 92% responden menyatakan produk memiliki rasa yang enak dan warna menarik. Selain aspek rasa, peserta juga berhasil memahami prinsip dasar kebersihan dan higienitas selama proses produksi. Mereka mulai menyadari pentingnya sanitasi alat dan kebersihan kemasan agar produk dapat disimpan lebih lama dan layak jual.

Pelatihan ini membuktikan bahwa dengan pendampingan sederhana dan bahan baku lokal, masyarakat dapat menghasilkan produk minuman yang bernilai ekonomis tanpa memerlukan peralatan mahal.

Penguatan *Branding* Produk menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan ini. Sebelum pelatihan, sebagian besar masyarakat hanya menjual produk olahan tanpa identitas merek atau kemasan menarik. Setelah pelatihan, peserta memahami bahwa merek bukan hanya sekadar nama, tetapi merupakan identitas dan citra produk yang menentukan kepercayaan konsumen.

Melalui sesi desain kemasan, peserta menciptakan logo dan label produk masing-masing dengan mengangkat unsur lokal desa. Misalnya, desain dengan elemen bunga telang dan latar warna biru khas desa Mekar Mulio. Beberapa peserta bahkan menambahkan tagline seperti “Minuman Sehat dari Alam Mekar Mulio” atau “Segarnya Bunga Telang, Alami dari Desa”.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta berhasil menciptakan desain label mandiri, sedangkan sisanya dibantu oleh tim pelaksana. Kemasan produk juga mulai menggunakan plastik dengan tutup rapat yang lebih higienis dibandingkan wadah terbuka sebelumnya.

Melalui *branding* ini, masyarakat mulai memahami pentingnya kesan profesional dalam menjual produk. Produk yang dikemas menarik dan

memiliki nama khas desa diharapkan dapat menjadi identitas lokal baru yang membedakan minuman bunga telang Mekar Mulio dari produk sejenis di daerah lain.

Hasil ini sejalan dengan temuan Nasution dkk, (2022) yang menyatakan bahwa strategi *branding* yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen hingga 70% terhadap produk UMKM desa.



Gambar 2. Hasil Produk Pengolahan Bunga Telang

Setelah memahami aspek produksi dan *branding*, peserta diperkenalkan pada strategi digital marketing. Sebelumnya, sebagian besar peserta belum memiliki akun bisnis atau pemahaman dasar tentang pemasaran digital.

Melalui pelatihan, mereka diajarkan cara:

1. Membuat akun Facebook, dan Shopee
2. Mengunggah foto produk dengan pencahayaan sederhana.
3. Menulis *caption* promosi yang menarik, seperti menonjolkan manfaat kesehatan bunga telang.
4. Menggunakan fitur *status story* dan *reel* untuk meningkatkan interaksi.

Sebagian peserta juga mempraktikkan cara menghitung *engagement rate* sederhana untuk menilai efektivitas promosi mereka.

Hasilnya, dalam dua minggu pasca-pelatihan, terdapat peningkatan aktivitas promosi online hingga 65%. Beberapa peserta melaporkan sudah mulai menerima pesanan dari luar desa melalui media sosial. Salah satu peserta,

ibu rumah tangga berusia 38 tahun, mengaku berhasil menjual 20 botol minuman bunga telang dalam seminggu setelah memasarkan produknya lewat WhatsApp Group komunitas dan Facebook. Ini menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* dapat memberikan dampak langsung terhadap peningkatan penjualan produk lokal, bahkan dalam waktu singkat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri dan Hasan (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan penjualan UMKM hingga dua kali lipat dalam waktu tiga bulan. Dengan demikian, penerapan strategi digital di Desa Mekar Mulio dapat dikatakan berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam berwirausaha.

Selain peningkatan keterampilan teknis dan pemasaran, kegiatan ini memberikan dampak positif dari sisi sosial dan ekonomi masyarakat. Setelah pelatihan, peserta menunjukkan perubahan sikap dan kepercayaan diri dalam mengembangkan produk mereka.

Beberapa peserta mulai berinisiatif membentuk kelompok usaha bersama yang berfokus pada produksi dan penjualan minuman bunga telang secara kolektif. Kelompok ini berencana memproduksi dalam jumlah lebih besar dan memasarkan produk secara rutin di acara desa dan pasar mingguan. Dampak ekonomi awal terlihat dari peningkatan pendapatan keluarga. Dalam estimasi sederhana, dengan harga jual Rp10.000 per botol dan produksi 50 botol per minggu, potensi pendapatan tambahan mencapai Rp500.000 per minggu per peserta. Jika dikelola secara berkelompok, jumlah ini dapat menjadi sumber ekonomi baru bagi desa.

Dari sisi sosial, kegiatan ini memperkuat kerja sama antarwarga. Proses pelatihan, produksi, hingga promosi dilakukan dengan semangat gotong royong, di mana peserta saling membantu dan bertukar ide. Hal ini memperlihatkan tumbuhnya solidaritas sosial dan rasa memiliki terhadap produk khas desa.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pemberdayaan partisipatif sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan dan produktivitas masyarakat desa. Melalui metode *learning by doing*, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang langsung dapat diterapkan.

Hasil kegiatan membuktikan bahwa potensi lokal seperti bunga telang dapat menjadi komoditas bernilai tinggi apabila dikembangkan dengan inovasi dan sentuhan *branding* yang tepat. Selain itu, integrasi teknologi digital dalam pemasaran mampu memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan modal besar. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Sari dan Yuliana (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal mampu menciptakan wirausaha baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan pengolahan bunga telang di Desa Mekar Mulio berhasil menciptakan transformasi sosial-ekonomi berbasis kreativitas lokal dan adaptasi teknologi. Produk “Minuman Telang Mekar Mulio” tidak hanya menjadi hasil kegiatan, tetapi juga simbol inovasi dan kemandirian masyarakat desa di era digital.

Keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari tiga indikator utama:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.
Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam memahami cara mengolah bunga telang, membuat label produk, serta melakukan promosi digital.
2. Terciptanya produk khas desa.
Minuman bunga telang hasil pelatihan kini menjadi produk unggulan yang memiliki potensi dikembangkan sebagai oleh-oleh khas Desa Mekar Mulio.
3. Peningkatan partisipasi masyarakat.
Seluruh tahapan kegiatan diikuti secara aktif oleh peserta,

menunjukkan antusiasme dan semangat berwirausaha yang tinggi.

Selain itu, dukungan pemerintah desa dan tokoh masyarakat juga berperan besar dalam keberhasilan program. Pemerintah desa menyatakan komitmennya untuk membantu promosi dan penyediaan fasilitas bagi kelompok usaha minuman bunga telang agar dapat berkembang menjadi UMKM desa binaan.

SIMPULAN

Kegiatan *Pelatihan Pengolahan Bunga Telang Menjadi Minuman Khas Mekar Mulio Melalui Branding Produk dan Digital Marketing* memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan, kreativitas, dan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Mekar Mulio. Pelatihan ini berhasil:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah bunga telang menjadi produk minuman yang memiliki nilai tambah dan daya jual. Masyarakat mampu memproduksi minuman bunga telang dengan standar kebersihan, cita rasa, serta kemasan yang menarik.
2. Mendorong terbentuknya identitas produk lokal dengan nama “Telang Mekar”, yang mencerminkan kearifan lokal sekaligus menjadi simbol inovasi masyarakat desa. Melalui proses *branding* yang baik, produk ini menjadi lebih mudah dikenali dan memiliki daya saing di pasar.
3. Memberikan pemahaman tentang digital marketing kepada masyarakat, terutama dalam hal penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Masyarakat kini dapat mengelola akun media sosial secara mandiri, membuat konten promosi, dan melakukan pemasaran digital secara efektif.
4. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan semangat kolaborasi antarwarga. Pelatihan ini telah membuka peluang

terbentuknya kelompok usaha mikro berbasis desa yang dikelola secara gotong royong.

5. Meningkatkan pendapatan masyarakat dan potensi ekonomi desa melalui pengembangan produk minuman berbasis bunga telang yang memiliki nilai ekonomi berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak positif terhadap penguatan kapasitas masyarakat dalam bidang produksi, pemasaran, dan inovasi produk lokal. Pelatihan ini menjadi langkah strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi desa melalui pemanfaatan sumber daya alam yang berkelanjutan dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. S. (2021). *Strategi Branding Produk Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital*. Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi, 9(2), 112–124.
- Agustina, R., & Wulandari, D. (2022). *Pemanfaatan Bunga Telang (Clitoria ternatea L.) sebagai Minuman Fungsional Berkhasiat Antioksidan*. Jurnal Sains dan Inovasi Pangan, 6(1), 45–54.
- Astuti, N. P., & Pratiwi, A. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produk Olahan Lokal Berbasis Potensi Desa*. Jurnal Abdimas Nusantara, 7(2), 88–97.
- Fatmawati, L., & Nuraini, S. (2020). *Pelatihan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Pedesaan*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 33–40.
- Howkins, J. (2018). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Nugraha, Y., & Setiawan, T. (2023). *Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran Digital dalam Pengembangan UMKM*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 11(3), 201–210.
- Rahmawati, S., & Sari, M. P. (2022). *Branding Produk Lokal sebagai Strategi Membangun Identitas Ekonomi Desa*. Jurnal Manajemen dan Inovasi, 5(2), 77–86.
- Slamet, M. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Peningkatan Kapasitas dan Kemandirian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Suryani, T., & Ramadhani, F. (2024). *Implementasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal di Masa Pascapandemi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 3(1), 56–67.
- Wahyuni, R., & Prabowo, D. (2025). *Peran Pelatihan dan Pendampingan dalam Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal di Pedesaan*. Jurnal Pengembangan Ekonomi Rakyat, 8(1), 99–110.