

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Bunga Telang Sebagai Produk Unggulan Lokal di Desa Bandingan, Kec. Sigaluh, Kab. Banjarnegara

**Junjun Abdi Nurrahman, Zalfa Marshelly Rayhannabila, Nila Maulidya Farid, Ngatiqoh,
Liris Maulina, Rahdiana Endah Titis Sari, Khoerunnisa, Nuri Tsalasatul Muawanah,
Nurul Maghfiroh, Bintang Aprilia Saputri, Muhammad Labib, Supriadi Tri Yustino,
Muhamad Subhi, Muhammad Ali Riski, Nina Yunita, Parno**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

224110201027@mhs.uinsaizu.ac.id

Abstract

*This study discusses the empowerment of the Bandingan Village community through the utilization of butterfly pea flowers (*Clitoria ternatea*) as a local superior product. Butterfly pea was chosen because it is easy to cultivate in limited yard space and has high economic value when processed into herbal tea, syrup, natural food coloring, food products, and beauty products. The program applies the Asset Based Community Development (ABCD) method, which focuses on utilizing local assets such as natural resources, skills, and the spirit of mutual cooperation within the community. The results show that collective community action, supported by village officials and university students, successfully transformed butterfly pea from a mere ornamental plant into a new source of income and a village identity. However, challenges remain, including limited cultivation land and underdeveloped marketing strategies. Therefore, innovations such as vertical and polybag cultivation systems, along with strengthening marketing through branding, attractive packaging, and digital platforms, are necessary. Overall, this program has succeeded in increasing income, strengthening village identity, and creating opportunities for Bandingan Village to become an independent community with competitive products at regional and even national levels.*

Keywords: *Community Empowerment, Clitoria Ternatea, Local Superior Product*

Abstrak

*Penelitian ini membahas pemberdayaan masyarakat Desa Bandingan melalui pemanfaatan bunga telang (*Clitoria ternatea*) sebagai produk unggulan lokal. Bunga telang dipilih karena mudah dibudidayakan di pekarangan sempit dan memiliki nilai ekonomis tinggi setelah diolah menjadi teh herbal, sirup, pewarna alami, olahan pangan, hingga produk kecantikan. Program ini menggunakan metode Asset Based Community Development (ABCD) yang berfokus pada pemanfaatan aset lokal berupa sumber daya alam, keterampilan, dan semangat gotong royong masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa gerakan kolektif warga, didukung perangkat desa dan mahasiswa KKN, mampu mengubah bunga telang dari*

Junjun Abdi Nurrahman, Zalfa Marshelly Rayhannabila, Nila Maulidya Farid, Ngatiqoh, Liris Maulina, Rabdiana Endah Titis Sari, Khoerunnisa, Nuri Tsalasatul Muawanah, Nurul Maghfiroh, Bintang Aprilia Saputri, Muhammad Labib, Supriadi Tri Yustino, Muhamad Subhi, Muhammad Ali Riski, Nina Yunita, Parno

sekadar tanaman hias menjadi sumber pendapatan baru sekaligus identitas desa. Kendati demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan lahan dan strategi pemasaran yang belum optimal. Untuk itu, diperlukan inovasi budidaya dengan sistem vertikultur dan polybag, serta penguatan pemasaran melalui branding, kemasan menarik, dan platform digital. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan pendapatan, memperkuat identitas desa, serta membuka peluang bagi Desa Bandingan untuk menjadi desa mandiri dengan produk yang berdaya saing hingga tingkat regional maupun nasional.

Keywords: *Pemberdayaan Masyarakat, Bunga Telang, Produk Unggulan*

A. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek sekaligus pelaku utama perubahan (Margayaningsih, 2018). Orientasi tersebut penting karena pembangunan desa tidak cukup hanya diwujudkan melalui pembangunan sarana fisik, tetapi juga perlu menyentuh kemampuan masyarakat dalam mengenali, mengelola, dan mengembangkan sumber daya yang berada di sekitarnya (Setyobudi, 2025). Subagyo dan Legowo (2021) menjelaskan bahwa pemberdayaan berkaitan dengan perubahan pada aspek struktural, kultural, dan personal yang diarahkan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Pemikiran tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan bukan sekadar pemberian bantuan, melainkan proses peningkatan kapasitas agar masyarakat mampu mengambil peran dalam menentukan arah pengembangan lingkungannya.

Perubahan orientasi pembangunan dari pendekatan yang cenderung top-down menuju pendekatan bottom-up memberikan ruang yang lebih besar bagi desa untuk mengembangkan kekuatan yang dimilikinya. Setiap desa mempunyai karakteristik sumber daya yang berbeda, baik berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, kelembagaan, jaringan sosial, maupun pengetahuan lokal (Seran et al., 2026). Karena itu, program pembangunan yang efektif perlu memperhatikan kondisi nyata dan aset yang sudah tersedia di masyarakat. Sutanto (2022) menekankan pentingnya pengelolaan sumber daya dalam konteks pembangunan. Dalam konteks Desa Bandingan, pengembangan produk lokal dapat dipandang sebagai upaya mengubah sumber daya yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal menjadi kegiatan yang mempunyai nilai ekonomi dan sosial.

Desa Bandingan, Kecamatan Sigaluh, Kabupaten Banjarnegara mempunyai potensi bunga telang (*Clitoria ternatea*) yang tumbuh di pekarangan rumah warga. Pada awalnya, bunga telang lebih banyak dipandang sebagai tanaman hias sekaligus tanaman herbal yang dimanfaatkan secara terbatas untuk kebutuhan rumah tangga. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan antara ketersediaan aset lokal dengan pemanfaatan ekonominya. Bahan baku sebenarnya sudah berada di lingkungan masyarakat, tetapi belum seluruhnya diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Persoalan utama bukan

semata-mata tidak adanya potensi, melainkan belum optimalnya proses identifikasi, pengorganisasian, pengolahan, dan pemasaran potensi tersebut (Anwar et al., 2026).

Bunga telang dipilih sebagai basis produk unggulan karena tanaman ini relatif mudah dibudidayakan dan dapat tumbuh pada lahan terbatas. Karakter tersebut menjadi penting bagi masyarakat Desa Bandingan karena sebagian warga hanya mempunyai pekarangan yang sempit. Bunga telang dapat dirambatkan pada pagar, tiang, atau pohon yang tersedia di sekitar rumah sehingga kegiatan budidaya tidak selalu membutuhkan lahan khusus yang luas. Dengan demikian, keterbatasan lahan yang pada awalnya dipandang sebagai hambatan dapat dihadapi dengan pola budidaya yang menyesuaikan kondisi lingkungan.

Selain aspek budidaya, bunga telang mempunyai peluang pengembangan produk yang beragam. Bunga ini dapat diolah menjadi teh herbal, sirup, pewarna alami, campuran makanan, dan berbagai bentuk olahan lainnya. Utami et al. (2022) membahas pemberdayaan masyarakat melalui budidaya dan pengolahan bunga telang sebagai bahan fungsional. Sementara itu, Marpaung (2020) menguraikan manfaat bunga telang dan kandungan senyawa yang berkaitan dengan aktivitas antioksidan. Ikhwan et al. (Ikhwan et al., 2022) juga menunjukkan pemanfaatan teh bunga telang sebagai minuman kesehatan dalam konteks peningkatan kegiatan UMKM. Berbagai temuan tersebut memperlihatkan bahwa bunga telang mempunyai ruang pengembangan yang lebih luas daripada sekadar tanaman hias.

Nilai ekonomi bunga telang semakin terlihat ketika bahan baku tidak dijual atau digunakan dalam bentuk mentah, tetapi diolah menjadi produk yang mempunyai fungsi dan identitas yang lebih jelas (Suwarni et al., 2025). Teh bunga telang, misalnya, dapat dikemas sebagai minuman herbal, sirup dapat diarahkan sebagai minuman dengan karakter warna yang menarik, sementara bunga kering dapat menjadi bahan baku yang lebih mudah disimpan dan dipasarkan. Pengolahan tersebut menciptakan nilai tambah karena masyarakat tidak hanya menjual bahan, tetapi juga menjual proses, kemasan, identitas, dan manfaat produk. Dengan demikian, pengembangan produk lokal dapat menjadi bagian dari strategi meningkatkan nilai ekonomi aset desa (Sudarwati et al., 2026).

Di sisi lain, pengembangan produk unggulan tidak cukup berhenti pada tahap produksi. Produk yang baik tetap membutuhkan pasar (Husniar et al., 2023). Berdasarkan kondisi yang ditemukan di Desa Bandingan, pemasaran masih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan kegiatan desa. Pola tersebut mempunyai kelebihan karena dekat dengan hubungan sosial masyarakat, tetapi jangkauannya relatif terbatas. Ketika target pengembangan produk diarahkan pada konsumen di luar desa, pola pemasaran perlu diperluas melalui media digital. Media sosial dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk, menampilkan bentuk dan kemasan, menyampaikan informasi kontak, serta membangun identitas produk secara konsisten (Salsabila & Widyatama, 2026).

Junjun Abdi Nurrahman, Zalfa Marshelly Rayhannabila, Nila Maulidya Farid, Ngatiqoh, Liris Maulina, Rabdiana Endah Titis Sari, Khoerunnisa, Nuri Tsalasatul Muawanah, Nurul Maghfiroh, Bintang Aprilia Saputri, Muhammad Labib, Supriadi Tri Yustino, Muhamad Subbi, Muhammad Ali Riski, Nina Yunita, Parno

Persoalan pemasaran tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilihat sebagai proses yang saling terhubung. Budidaya menghasilkan bahan baku, pengolahan meningkatkan nilai tambah, kemasan memberikan identitas dan perlindungan, sedangkan pemasaran menghubungkan produk dengan konsumen. Jika salah satu tahapan lemah, potensi ekonomi belum dapat berkembang secara maksimal (Fauziah et al., 2026). Oleh sebab itu, pelatihan dan pendampingan perlu mencakup rangkaian aktivitas tersebut, bukan hanya memberikan keterampilan produksi.

Program pemberdayaan di Desa Bandingan juga mempunyai dimensi sosial yang penting. Pengembangan bunga telang dilakukan melalui dukungan pemerintah desa, PKK, Kelompok Wanita Tani (KWT), tokoh masyarakat, serta pendamping. Bibit bunga telang dibagikan kepada warga dengan ketentuan setiap rumah menanam bunga telang. Mekanisme tersebut membuat kegiatan budidaya tidak berlangsung secara individual, tetapi menjadi gerakan bersama. Ketika hampir setiap rumah terlibat, bunga telang secara perlahan dapat membentuk identitas visual desa sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap program.

Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) relevan dengan kondisi tersebut karena titik awalnya bukan kekurangan masyarakat, melainkan aset yang telah dimiliki. Aset yang dimaksud bukan hanya bunga telang sebagai sumber daya alam, tetapi juga pengetahuan warga, keterampilan, jaringan sosial, kelembagaan PKK dan KWT, dukungan pemerintah desa, serta keterlibatan mahasiswa KKN. Yulianto et al. (2021) menjelaskan ABCD sebagai pendekatan yang memetakan potensi desa berdasarkan aset yang dimiliki. Dalam konteks ini, pemberdayaan diarahkan untuk menghubungkan aset-aset tersebut agar menghasilkan kegiatan yang mempunyai manfaat lebih besar.

Keterlibatan mahasiswa KKN kelompok 52 UIN Saizu Purwokerto menjadi salah satu bentuk dukungan eksternal. Pendampingan tidak diarahkan untuk mengambil alih pengelolaan produk, tetapi membantu membuka pengetahuan dan akses masyarakat terhadap pemasaran digital. Edukasi media sosial, pembuatan pamflet, dan pembuatan titik lokasi rumah produksi di Google Maps merupakan langkah sederhana, tetapi mempunyai fungsi penting dalam mempertemukan produk lokal dengan konsumen yang lebih luas. Pendampingan semacam ini juga dapat menjadi jembatan agar masyarakat mulai memahami bahwa pemasaran bukan hanya kegiatan menjual, tetapi juga kegiatan membangun informasi, kepercayaan, dan kemudahan akses (Zalzulifa et al., 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis proses pemberdayaan masyarakat Desa Bandingan melalui pemanfaatan bunga telang sebagai produk unggulan lokal, mengidentifikasi aset yang mendukung pengembangan, menggambarkan bentuk pengolahan dan pemasaran yang telah dilakukan, serta menguraikan kendala dan peluang pengembangannya. Penelitian ini juga berupaya menunjukkan bahwa potensi lokal dapat berkembang apabila masyarakat tidak hanya

menjadi penerima program, tetapi menjadi aktor utama yang mengelola asetnya. Dengan demikian, bunga telang dapat dipahami bukan sekadar komoditas, melainkan sebagai pintu masuk bagi penguatan ekonomi, gotong royong, identitas desa, dan kemandirian masyarakat.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dalam proses pemberdayaan masyarakat Desa Bandingan, Kecamatan Sigaluh, Kabupaten Banjarnegara. Pendekatan ABCD digunakan karena fokus kegiatan bukan mencari kekurangan masyarakat, melainkan mengidentifikasi dan mengoptimalkan aset yang telah tersedia. Aset tersebut meliputi sumber daya alam, sumber daya manusia, keterampilan, kelembagaan, hubungan sosial, serta dukungan dari pihak-pihak yang mempunyai kepedulian terhadap pengembangan desa (Yulianto et al., 2021).

Tahap pertama dilakukan dengan mengenali aset alam yang tersedia di lingkungan masyarakat. Bunga telang menjadi aset utama karena tanaman tersebut telah ditanam oleh sebagian warga di pekarangan rumah. Pengamatan terhadap kondisi tersebut menjadi dasar untuk melihat kemungkinan pengembangan budidaya secara lebih luas. Identifikasi tidak berhenti pada jumlah tanaman, tetapi juga melihat karakter tanaman yang memungkinkan ditanam pada lahan terbatas dan dirambatkan pada berbagai media yang tersedia di sekitar rumah.

Tahap kedua berkaitan dengan identifikasi aset manusia dan sosial. Masyarakat Desa Bandingan memiliki pengalaman dalam menanam dan memanfaatkan bunga telang untuk kebutuhan herbal. Selain itu, terdapat kelompok PKK dan KWT yang dapat menjadi wadah pengorganisasian kegiatan. Dukungan kepala desa, ibu kepala desa, bidan desa, dan PLKB Kecamatan memperkuat legitimasi program. Keberadaan kelompok dan tokoh tersebut penting karena pemberdayaan membutuhkan aktor yang dapat menghubungkan gagasan dengan tindakan di tingkat masyarakat.

Tahap berikutnya adalah proses pengembangan produk melalui pelatihan, pendampingan, dan pemanfaatan bunga telang. Produk yang dikembangkan antara lain teh bunga telang, sirup, dan penggunaan bunga telang sebagai pewarna alami atau bahan tambahan pada makanan. Proses ini menunjukkan adanya perpindahan nilai dari bahan baku menuju produk olahan. Masyarakat tidak hanya diarahkan untuk menanam, tetapi juga melihat kemungkinan pemanfaatan hasil panen agar mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Aspek pengemasan dan pemasaran juga menjadi bagian dari proses pemberdayaan. Mahasiswa KKN kelompok 52 UIN Saizu Purwokerto melakukan pendampingan pemasaran digital dengan mendatangi rumah produksi. Kegiatan tersebut mencakup edukasi mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan pamflet produk, serta pembuatan titik lokasi rumah produksi pada Google Maps. Media yang dikenalkan meliputi WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Pendekatan ini dipilih agar

Junjun Abdi Nurrahman, Zalfa Marshelly Rayhannabila, Nila Maulidya Farid, Ngatigoh, Liris Maulina, Rabdiana Endah Titis Sari, Khoerunnisa, Nuri Tsalasatul Muawanah, Nurul Maghfiroh, Bintang Aprilia Saputri, Muhammad Labib, Supriadi Tri Yustino, Muhamad Subbi, Muhammad Ali Riski, Nina Yunita, Parno

masyarakat mempunyai sarana promosi yang relatif mudah digunakan dan dapat dikelola secara mandiri.

Data dan informasi dalam penelitian diperoleh melalui pengamatan terhadap proses pemberdayaan, wawancara dengan pihak yang terlibat, serta dokumentasi kegiatan dan produk. Keterangan mengenai sejarah pengembangan bunga telang diperoleh dari pihak desa dan pelaku UMKM. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat gambaran mengenai aktivitas budidaya, produk teh bunga telang, pamflet promosi, dan rumah produksi. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menghubungkan kondisi lapangan dengan prinsip ABCD.

Penggunaan metode deskriptif memungkinkan penelitian menggambarkan proses pemberdayaan secara kontekstual. Fokus penelitian bukan mengukur hubungan sebab-akibat secara statistik, melainkan menjelaskan bagaimana aset yang tersedia dikenali, digerakkan, dan dikembangkan menjadi produk unggulan. Karena itu, pembahasan diarahkan pada proses, perubahan yang terlihat, dukungan, kendala, serta peluang keberlanjutan program.

C. HASIL PENELITIAN

1. Awal Mula Pengembangan Bunga Telang sebagai Produk Unggulan

Pengembangan bunga telang di Desa Bandingan berawal dari penunjukan desa sebagai Kampung KB (Keluarga Berencana). Dalam rangka pengembangan program tersebut, desa diarahkan untuk mempunyai produk khas yang dapat menjadi identitas sekaligus mendukung kemandirian ekonomi masyarakat. Gagasan ini kemudian mengarah pada pemanfaatan bunga telang yang sebenarnya telah dikenal dan ditanam oleh sebagian warga. Bidan Desa Bandingan, Ibu Dewi, menjadi salah satu pihak yang mencetuskan gagasan tersebut setelah melihat keberadaan bunga telang di pekarangan masyarakat.

Kemunculan gagasan dari kondisi yang sudah ada menunjukkan karakter penting pendekatan berbasis aset. Program tidak dimulai dengan membawa komoditas baru yang belum dikenal masyarakat, tetapi dengan memperkuat tanaman yang sudah tersedia. Kondisi tersebut dapat mengurangi jarak antara program pemberdayaan dengan kehidupan sehari-hari warga. Masyarakat tidak perlu memulai dari pengetahuan yang sepenuhnya baru karena sebagian sudah memiliki pengalaman menanam dan menggunakan bunga telang.

Dukungan Kepala Desa, Ibu Kepala Desa, dan PLKB Kecamatan kemudian memperkuat gagasan tersebut. Dukungan tokoh dan perangkat desa mempunyai arti penting karena pengembangan produk unggulan membutuhkan koordinasi dan legitimasi. Ketika gagasan memperoleh dukungan kelembagaan, kegiatan tidak hanya menjadi inisiatif individual, tetapi dapat diarahkan sebagai

program bersama. Hal tersebut juga mempermudah pelibatan kelompok masyarakat seperti PKK dan KWT.



Gambar 1.1 Wawancara dengan Ibu PKK Desa Bandingan

2. Budidaya Kolektif sebagai Bentuk Penguatan Partisipasi

Setelah gagasan memperoleh dukungan, desa melakukan pembibitan bunga telang melalui kelompok ibu-ibu PKK dan Kelompok Wanita Tani. Bibit yang telah siap kemudian dibagikan kepada warga dengan ketentuan setiap rumah menanam bunga telang. Kebijakan tersebut menjadi salah satu faktor yang membentuk pola budidaya secara kolektif. Tanaman yang semula berada di beberapa pekarangan berkembang menjadi bagian dari kegiatan yang dilakukan oleh banyak rumah.

Dari perspektif pemberdayaan, keterlibatan setiap rumah mempunyai arti lebih luas daripada sekadar menambah jumlah tanaman. Ketika masyarakat menanam tanaman yang sama dengan tujuan yang sama, muncul kesadaran bahwa aset tersebut merupakan bagian dari identitas bersama. Kegiatan budidaya dapat menjadi media interaksi sosial, berbagi pengalaman, dan membangun kebiasaan baru. Gotong royong yang sebelumnya menjadi modal sosial dapat diarahkan pada kegiatan ekonomi produktif.

Budidaya kolektif juga memiliki konsekuensi terhadap ketersediaan bahan baku. Apabila pengolahan produk meningkat, bahan baku tidak sepenuhnya bergantung pada satu rumah produksi. Penyebaran tanaman pada pekarangan warga berpotensi membentuk basis pasokan yang lebih luas. Namun, kondisi tersebut perlu diikuti dengan pengelolaan kualitas, waktu panen, pengeringan, dan penyimpanan agar bahan baku yang digunakan mempunyai standar yang relatif seragam.

3. Keterbatasan Lahan dan Strategi Adaptasi Budidaya

Salah satu permasalahan yang ditemukan adalah keterbatasan lahan. Sebagian warga hanya mempunyai pekarangan yang sempit sehingga pengembangan budidaya dalam skala besar sulit dilakukan apabila menggunakan pola konvensional. Akan tetapi, karakter bunga telang yang dapat dirambatkan pada pagar, tiang, atau pohon memberikan peluang adaptasi. Artinya, keterbatasan

lahan tidak harus menghentikan program, tetapi mendorong penggunaan metode budidaya yang lebih fleksibel.

Sistem polybag dan vertikultur dapat menjadi alternatif untuk mengatasi keterbatasan tersebut. Polybag memungkinkan tanaman ditempatkan pada ruang yang tidak digunakan untuk pertanian konvensional, sedangkan vertikultur dapat memanfaatkan ruang ke atas. Pengembangan teknik tersebut juga dapat menjadi materi pelatihan lanjutan bagi warga. Dengan demikian, inovasi budidaya tidak hanya bertujuan menambah produksi, tetapi juga memperluas kesempatan warga untuk terlibat tanpa harus mempunyai lahan luas.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan berbasis aset tidak berarti mengabaikan masalah. Pendekatan berbasis aset tetap membutuhkan identifikasi hambatan, tetapi solusi diarahkan dengan memanfaatkan kekuatan yang sudah ada. Keterbatasan lahan dihadapi melalui karakter tanaman yang dapat dirambatkan dan teknik budidaya alternatif. Dengan pola demikian, permasalahan tidak menjadi alasan untuk menghentikan program, tetapi menjadi dasar untuk menciptakan inovasi

4. Diversifikasi Produk dan Peningkatan Nilai Tambah

Setelah bunga telang semakin banyak dibudidayakan, masyarakat mulai melihat peluang pengolahan menjadi produk bernilai tambah. Berdasarkan keterangan pelaku UMKM, pemanfaatan bunga telang cukup beragam. Produk yang paling sering dikembangkan adalah teh bunga telang dan sirup bunga telang. Selain itu, bunga telang digunakan sebagai pewarna alami untuk nasi bakar, campuran kue, dan berbagai olahan makanan lainnya.

Diversifikasi tersebut penting karena ketergantungan pada satu produk dapat membatasi peluang pasar. Teh bunga telang dapat diarahkan untuk konsumen yang mencari minuman herbal, sedangkan sirup dapat ditawarkan sebagai produk minuman dengan karakter visual yang menarik. Penggunaan sebagai pewarna alami juga membuka peluang integrasi bunga telang ke dalam produk makanan lain. Dengan demikian, satu jenis bahan baku dapat melahirkan beberapa kategori produk.

Diversifikasi juga memungkinkan masyarakat menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan pesanan konsumen. Fleksibilitas tersebut menunjukkan bahwa pengembangan produk tidak harus selalu dilakukan dalam bentuk produksi massal. Pada tahap awal, kemampuan menyesuaikan produk dengan permintaan dapat menjadi strategi untuk menguji respons pasar. Setelah pola permintaan mulai terbentuk, masyarakat dapat menentukan produk mana yang lebih layak dikembangkan secara konsisten.

5. Bunga Telang sebagai Aset Ekonomi dan Identitas Desa

Nilai bunga telang tidak hanya terletak pada manfaat bahan, tetapi juga pada kemampuannya membentuk identitas lokal. Ketika tanaman ditanam di banyak rumah dan diolah menjadi produk, masyarakat mempunyai simbol yang dapat diasosiasikan dengan Desa Bandingan. Produk lokal kemudian tidak hanya menjadi barang yang diperjualbelikan, tetapi juga membawa nama dan cerita desa.

Identitas tersebut penting dalam pengembangan produk unggulan. Konsumen pada dasarnya tidak hanya menerima barang, tetapi juga informasi mengenai asal produk, proses pembuatan, dan karakter lokal yang menyertainya. Karena itu, branding produk bunga telang perlu diarahkan untuk menonjolkan hubungan dengan Desa Bandingan. Nama desa, cerita mengenai budidaya kolektif, dan keterlibatan masyarakat dapat menjadi bagian dari narasi produk.

Penguatan identitas juga berpotensi meningkatkan rasa memiliki masyarakat. Jika bunga telang dipandang sebagai ikon desa, keberlanjutan program tidak hanya bergantung pada pihak luar. Warga mempunyai alasan sosial untuk mempertahankan kegiatan karena produk tersebut berkaitan dengan citra desa. Dalam jangka panjang, identitas lokal dapat menjadi modal untuk memperkenalkan produk pada kegiatan desa, pasar regional, dan konsumen dari luar daerah

6. Kandungan dan Daya Tarik Produk

Bunga telang mempunyai daya tarik visual yang kuat karena warna birunya. Selain aspek visual, berbagai penelitian yang tercantum dalam naskah menunjukkan adanya senyawa bioaktif seperti flavonoid, antosianin, alkaloid, saponin, dan tanin. Marpaung (2020) membahas manfaat bunga telang bagi kesehatan manusia, sedangkan Utami et al. (2022) membahas pengolahan bunga telang sebagai bahan fungsional. Kandungan tersebut dapat menjadi bagian dari informasi edukatif dalam pemasaran, tetapi informasi manfaat kesehatan tetap perlu disampaikan secara proporsional dan tidak berlebihan.

Aspek visual dan fungsional dapat berjalan bersama. Warna alami bunga telang dapat menjadi keunikan produk, sementara bentuk olahan memberikan fungsi yang lebih praktis bagi konsumen. Teh bunga telang, misalnya, tidak hanya menawarkan minuman herbal, tetapi juga pengalaman visual ketika diseduh. Keunikan tersebut dapat menjadi materi promosi yang mudah ditampilkan melalui foto atau video pada media sosial.

Daya tarik produk kemudian dapat dikembangkan melalui kemasan. Kemasan bukan hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga menyampaikan informasi dan membentuk kesan pertama konsumen. Untuk produk unggulan desa, kemasan dapat memuat nama produk, asal desa, informasi produk, dan kontak pemesanan. Dengan identitas yang konsisten, berbagai produk bunga telang dapat dikenali sebagai satu keluarga produk Desa Bandingan.

7. Kondisi Pemasaran Sebelum Pendampingan

Salah satu tantangan utama yang ditemukan adalah pemasaran. Sebagian besar warga masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan kegiatan desa. Strategi tersebut sebenarnya merupakan bentuk pemasaran yang sesuai dengan kekuatan jaringan sosial masyarakat. Namun, jangkauan pasar menjadi terbatas karena informasi produk terutama beredar di lingkungan yang sudah mengenal warga atau kegiatan desa.

Keterbatasan pemasaran menjadi lebih penting ketika produksi mulai meningkat. Jika kemampuan produksi bertambah sementara jangkauan konsumen tetap, produk berpotensi tidak terserap secara maksimal. Karena itu, pemasaran harus dikembangkan bersamaan dengan pengembangan produksi. Perluasan pasar tidak berarti meninggalkan konsumen lokal, tetapi menambahkan saluran baru agar produk dapat ditemukan oleh konsumen di luar lingkungan desa.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa literasi digital merupakan salah satu kebutuhan pemberdayaan. Masyarakat perlu mengetahui bagaimana membuat informasi produk yang mudah dipahami, bagaimana menampilkan produk secara menarik, dan bagaimana menyediakan informasi lokasi serta kontak. Keterampilan tersebut relatif berbeda dari keterampilan produksi, sehingga membutuhkan pendampingan tersendiri

8. Pendampingan Pemasaran Digital oleh Mahasiswa KKN

Mahasiswa KKN kelompok 52 UIN Saizu Purwokerto melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM dengan mendatangi rumah produksi. Pendampingan difokuskan pada pengenalan media sosial sebagai sarana promosi. WhatsApp, Instagram, dan Facebook diperkenalkan sebagai media yang dapat digunakan untuk menyebarluaskan informasi produk. Langkah ini penting karena masyarakat dapat menggunakan platform yang sudah dikenal dalam kehidupan sehari-hari.

Mahasiswa juga membantu membuat pamflet iklan produk bunga telang. Pamflet berfungsi sebagai materi komunikasi yang dapat dibagikan berulang kali. Jika sebelumnya informasi produk disampaikan secara lisan, pamflet memberikan bentuk informasi yang lebih seragam. Materi tersebut dapat berisi nama produk, gambar, keunggulan yang relevan, serta informasi pemesanan. Penyebaran melalui media sosial memungkinkan satu materi menjangkau lebih banyak orang dibandingkan promosi yang hanya dilakukan secara langsung.

Pembuatan titik lokasi rumah produksi pada Google Maps juga menjadi bagian dari pendampingan. Langkah tersebut mempunyai fungsi praktis karena konsumen dari luar desa dapat memperoleh informasi mengenai keberadaan rumah produksi, jalur akses, dan kontak. Kemudahan menemukan lokasi dapat

meningkatkan kemungkinan terjadinya transaksi, khususnya bagi konsumen yang ingin membeli secara langsung atau berkunjung.

9. Pemasaran Digital sebagai Penguatan Akses Pasar

Penggunaan media digital dalam pemasaran dapat dipahami sebagai perluasan dari modal sosial yang sudah dimiliki masyarakat. Jika sebelumnya hubungan sosial digunakan untuk menyebarkan informasi dari orang ke orang, media digital memungkinkan informasi tersebut menjangkau jaringan yang lebih luas. Dengan demikian, teknologi tidak menggantikan hubungan sosial, tetapi memperluas ruang interaksi.

Namun, keberhasilan pemasaran digital tidak otomatis terjadi hanya karena masyarakat mempunyai akun media sosial. Konsistensi pengelolaan menjadi faktor penting. Produk perlu ditampilkan secara berkala, informasi harga dan pemesanan harus jelas, serta identitas visual perlu dijaga. Masyarakat juga perlu membagi peran agar pengelolaan media tidak berhenti setelah pendampingan mahasiswa KKN selesai.

Karena itu, keberlanjutan program membutuhkan penguatan kapasitas internal. Sebaiknya terdapat individu atau kelompok yang mempunyai tanggung jawab mengelola promosi, mendokumentasikan produk, merespons pertanyaan konsumen, dan memperbarui informasi. Pembagian peran tersebut dapat dilakukan di antara anggota kelompok UMKM, PKK, KWT, atau pengelola rumah produksi sesuai kondisi setempat.

10. Branding dan Kemasan sebagai Bagian dari Nilai Produk

Branding menjadi kebutuhan penting karena produk bunga telang menghadapi kemungkinan persaingan dengan produk serupa dari daerah lain. Jika produk hanya dikenalkan sebagai teh atau sirup bunga telang tanpa identitas lokal yang kuat, konsumen akan lebih sulit membedakannya dari produk lain. Oleh karena itu, branding perlu menghubungkan produk dengan Desa Bandingan sebagai sumber dan cerita produk.



Gambar 1.2 Produk Teh Bunga Telang

Kemasan dapat digunakan untuk memperkuat branding tersebut. Kemasan yang menarik dapat membantu produk terlihat lebih siap dipasarkan. Namun, daya tarik visual perlu disertai informasi yang memadai. Produk sebaiknya mempunyai nama yang mudah dikenali, identitas produsen, informasi isi, serta kontak yang dapat digunakan untuk pemesanan. Dengan demikian, kemasan menjalankan dua fungsi sekaligus: membangun citra dan memberikan informasi.

Branding juga dapat diarahkan pada konsistensi. Apabila teh, sirup, dan produk makanan menggunakan identitas yang saling berhubungan, konsumen dapat memahami bahwa produk tersebut berasal dari satu ekosistem produk desa. Konsistensi tersebut dapat membantu membangun pengenalan merek secara bertahap

11. Tantangan Pengembangan Produk Unggulan

Walaupun mempunyai potensi, pengembangan bunga telang masih menghadapi beberapa tantangan. Keterbatasan lahan merupakan tantangan pada sisi produksi. Strategi pemasaran yang belum optimal menjadi tantangan pada sisi pasar. Selain itu, pengembangan produk juga membutuhkan konsistensi kualitas dan pengelolaan yang berkelanjutan.

Tantangan tersebut menunjukkan bahwa program pemberdayaan perlu dilihat sebagai proses jangka panjang. Pendampingan singkat dapat membuka wawasan, tetapi perubahan kebiasaan dan pembentukan sistem usaha membutuhkan waktu. Masyarakat perlu memperoleh kesempatan untuk mencoba, mengevaluasi, dan memperbaiki produk maupun cara pemasarannya.

Pada sisi pemasaran digital, tantangan tidak hanya terletak pada kemampuan menggunakan platform. Konsistensi membuat konten, kemampuan mengambil foto produk, pengelolaan komunikasi dengan calon pembeli, dan pembaruan informasi juga perlu diperhatikan. Karena itu, pelatihan lanjutan yang bersifat praktis dapat membantu masyarakat memperkuat kemampuan tersebut.

D. KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat Desa Bandingan melalui pemanfaatan bunga telang menunjukkan bahwa aset lokal dapat dikembangkan menjadi sumber nilai ekonomi dan identitas desa ketika dikelola secara kolektif. Bunga telang yang sebelumnya banyak ditanam sebagai tanaman hias dan herbal di pekarangan mulai diarahkan menjadi produk unggulan melalui dukungan pemerintah desa, PKK, KWT, tokoh masyarakat, pelaku UMKM, dan mahasiswa KKN. Proses tersebut memperlihatkan bahwa pemberdayaan dapat dimulai dari potensi yang telah dimiliki masyarakat sehingga program lebih dekat dengan kondisi dan pengalaman warga.

Pengembangan bunga telang juga menghasilkan peluang diversifikasi produk berupa teh herbal, sirup, pewarna alami, dan berbagai olahan makanan. Diversifikasi memberikan

ruang bagi masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah bahan baku sekaligus menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen. Di sisi sosial, pola budidaya yang dilakukan secara kolektif memperkuat gotong royong dan membangun bunga telang sebagai salah satu simbol identitas Desa Bandingan.

Kendala utama yang masih ditemukan adalah keterbatasan lahan dan pemasaran yang belum optimal. Keterbatasan lahan dapat dihadapi melalui sistem polybag dan vertikultur, sedangkan persoalan pemasaran dapat diperkuat melalui branding, kemasan, media sosial, dan pengelolaan informasi digital. Pendampingan mahasiswa KKN melalui pembuatan pamflet, edukasi media sosial, dan pembuatan titik lokasi rumah produksi di Google Maps menjadi langkah awal untuk memperluas akses pasar.

Keberlanjutan program sangat bergantung pada kemampuan masyarakat untuk mengambil alih pengelolaan setelah pendampingan eksternal berakhir. Karena itu, penguatan kelembagaan, pembagian peran, peningkatan keterampilan pemasaran digital, konsistensi kualitas produk, dan pengembangan identitas merek perlu menjadi perhatian berikutnya. Dengan pengelolaan yang berkelanjutan, bunga telang berpeluang tidak hanya menjadi sumber tambahan pendapatan, tetapi juga menjadi ikon produk lokal yang memperkuat citra dan kemandirian Desa Bandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K., Dewi, S. P., & Mala, I. W. (2026). Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal melalui Sinergi Pemasaran Inovatif dan Kebijakan Desa. *JIMPKS*, 10(1), 43–59.
- Fauziah, Hakim, I., Rosid, A., & Renaldo, N. (2026). Program Modal Bergulir dan Inovasi Produk Olahan Pangan Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 21511–21521.
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru sebagai Upaya dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34.
- Ikhwan, A., Hartati, S., Hasanah, U., Lestari, M., & Pasaribu, H. (2022). Pemanfaatan Teh Bunga Telang (*Clitoria Ternatea*) sebagai Minuman Kesehatan dan Meningkatkan UMKM di Masa Pandemi Covid 19 kepada Masyarakat di Desa Simonis Kecamatan Aek Natas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 1–7.
- Margayaningsih, D. I. (2018). Peran Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di Desa. *Publiciana*, 11(1), 72–88. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/publiciana.v11i1.140>
- Marpaung, A. M. (2020). Tinjauan Manfaat Bunga Telang (*Clitoria Ternatea* L.) bagi Kesehatan Manusia. *Journal of Functional Food and Nutraceutical*, 1(2), 63–85. <https://doi.org/10.33555/jffn.v1i2.30>
- Salsabila, A. P., & Widyatama, R. (2026). Strategi Branding untuk Meningkatkan Penjualan dan Membangun Identitas Merek (Studi Kasus: Sego Salsa Kitchen). *Journal of Creative Student Research*, 4(2).
- Seran, M. A., Litvina, M., Manek, P., Bahi, M., Zawa, P. Y., Sousa, Z., Ketmoen, A., & Loda, A. E. (2026). Tantangan dan Manfaat Pendekatan Bottom Up dalam Pembangunan Berkelanjutan di Kabupaten Kupang. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 325–337. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jebaku.v6i1.6627>
- Setyobudi, T. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemerintahan Desa Menuju Kemandirian Sosial. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(3), 824–843. <https://doi.org/https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i3.8629>

Junjun Abdi Nurrahman, Zalfa Marshelly Rayhannabila, Nila Maulidya Farid, Ngatiqoh, Liris Maulina, Rabdiana Endah Titis Sari, Khoerunnisa, Nuri Tsalasatul Muawanah, Nurul Maghfiroh, Bintang Aprilia Saputri, Muhammad Labib, Supriadi Tri Yustino, Muhamad Subbi, Muhammad Ali Riski, Nina Yunita, Parno

- Subagyo, R. A., & Legowo, M. (2021). Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Purwosari Kecamatan Purwosari Kabupaten Bojonegoro. *Paradigma*, 10(1), 35-44. <http://blajakarta.kemenag.go.id/journal/index.php/penamas/article/view/518/218>
- Sudarwati, Kutiyah, E., Suryo, I., Rois, D. I. N., & Dewi, R. R. (2026). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Usaha Kemiri Berbasis Potensi Lokal di Desa Wae Lolos, Flores, NTT. *Citakarya*, 4(02), 171-180.
- Sutanto, M. A. (2022). *Efektivitas Penjatuh Hukuman Disiplin Pegawai Dalam Mewujudkan Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik/Good Governance (Studi Kasus di Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Jawa Tengah)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Suwarni, S., Christina, O. D., Sitepu, H., Regina, E. L., Solichah, A. I., & Leki, K. G. B. (2025). Display Pemasaran Melalui Sistem Informasi Smart Telang di Desa Kalisegoro Gunungpati Semarang. *Proficio: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 846-852.
- Utami, N., Puspitasari, D., Andriani, D., Nita, P., Budiyan, A. P., Andreas, A. C., Ardani, P., & Ernawati, E. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Budidaya dan Pengolahan Bunga Telang (*Clitoria Ternatea* L.) menjadi Bahan Fungsional di Desa Menuran, Sukoharjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 47-55.
- Yulianto, Fahmi, T., D. Meilinda, S., A. Hidayati, D., & Inayah, A. (2021). Pemetaan Potensi Desa Berbasis Asset Based Community Development di Desa Kotabatu, Pubian, Lampung Tengah. *Bakti Budaya*, 4(2), 161-172. <https://doi.org/10.22146/bakti.2418>
- Zalzulifa, Suryawan, M. A., Maulina, E., Dwi, R., Pagiling, A., & Rakhmasari, A. (2026). Program Edukasi Digital Marketing UMKM Melalui Pendampingan Dosen dan Mahasiswa di Era Transformasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23840-23851.