

Inovasi Pemasaran Produk Bunga Telang Kering Kelompok Tani Setaria

Fingki Dianti*, Alya Najla Fadillah, FERIA Noor Cahayati, Fitriani Nuraini, Nita Dwi Cahyani, Mariyah

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

* Alamat Koresponding. E-mail: fingkidianti@gmail.com; Tel. +62-812-4192 59 53.

Dikirim: 29 November 2024

Direvisi: 2 Januari 2025

Diterima: 18 Januari 2025

Academic Editor: Dr. Ike Anggraeni Gunawan

Catatan Penerbit: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Mulawarman tetap netral sehubungan dengan klaim yurisdiksi dalam gambar ataupun rancangan yang diterbitkan pada jurnal ini.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ABSTRACT: The Setaria Farmer Group faces various obstacles in marketing dried telang flowers. The main obstacle faced is the lack of knowledge in digital marketing and branding. The method carried out in community service conducted in Sanga Sanga District, Kutai Kartanegara Regency at the Setaria Farmers Group includes several activities, namely field observations, farmer group interviews, social media education. Activities are carried out by providing material and training to the Setaria Farmer Group regarding the utilization of platforms that can be used to sell and promote products such as: (1) Basic understanding of social media, (2) Ethics and safety in social media, (3) Optimization of social media. This activity shows that the approach taken through interviews, observations, and social media education is quite effective in helping setaria farmer groups to understand how to maximize the potential of their dried telang flower products. Overall, this activity succeeded in building awareness of the importance of innovation in product marketing. With the new skills acquired, the Setaria Farmers Group now has a greater opportunity to increase sales of their dried telang flower products online.

KEYWORDS: E-commerce, Health, Drinks, Natural dyes, Social Media

ABSTRAK: Kelompok Tani Setaria menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan bunga telang kering. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dalam pemasaran digital dan branding. Metode yang dilakukan dalam pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Kecamatan Sanga Sanga Kabupaten Kutai Kartanegara pada Kelompok Tani Setaria meliputi beberapa kegiatan yaitu observasi lapangan, wawancara kelompok Tani, edukasi media sosial. Kegiatan dilakukan dengan memberikan materi dan pelatihan kepada Kelompok Tani Setaria mengenai pemanfaatan platform yang bisa digunakan untuk menjual dan mempromosikan produk seperti: (1) Pemahaman dasar tentang sosial media, (2) Etika dan keamanan di media sosial, (3) Optimalisasi media sosial. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan edukasi media sosial cukup efektif dalam membantu kelompok tani setaria untuk bisa memahami cara memaksimalkan potensi produk bunga telang kering mereka. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dalam pemasaran produk. Dengan keterampilan baru yang di peroleh Kelompok Tani Setaria kini memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan penjualan produk bunga telang kering mereka secara online.

Kata Kunci: E-commerce, Kesehatan, Minuman, Pewarna alami, Sosial Media

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini telah membuat segala sesuatu menjadi serba digital akibat perkembangan yang cepat (Yusniah et al., 2022); (Timoty Agustian Berutu et al., 2024). Sebagian besar kebutuhan manusia dapat dipenuhi melalui teknologi, seperti dalam hal belajar, membaca berita, berbelanja, dan mencari informasi yang membantu dalam kehidupan sehari-hari. Berbelanja merupakan salah satu upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya, masuknya era digital telah mengubah pola belanja dengan munculnya platform e-commerce menciptakan dinamika baru dalam bisnis. Pengusaha perlu memiliki kemampuan beradaptasi yang baik untuk mengikuti trend dalam bisnis (Ibrahim & Hendayana, 2024). Selain itu, pemahaman mendalam mengenai penggunaan media sosial sangat penting untuk meningkatkan keterhubungan dengan konsumen.

Cara mensitasi artikel ini: Dianti F, Fadillah AN, Cahayati FN, Nuraini F, Cahyani ND, Mariyah. Inovasi Pemasaran Produk Bunga Telang Kering Kelompok Tani Setaria. ANDIL Mulawarman J Comm Engag. 2025; 2(3):111-115.

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah bunga telang (*Clitoria ternatea*) menjadi produk inovatif dengan memiliki berbagai manfaat kesehatan dan potensi ekonomi. Bunga ini tidak hanya berfungsi sebagai tanaman hias, tetapi juga sebagai bahan baku untuk cendol (Fizriani et al., 2021) dan es lilin (Hartono et al., 2012), serta ekstrak bunga telang yang digunakan sebagai pewarna alami. Warna biru yang dihasilkan dari bunga telang berasal dari kandungan antosianin (Suryana, 2021), yang aman untuk dikonsumsi. Selain itu, bunga telang mudah dibudidayakan di Indonesia dan memiliki banyak manfaat, seperti sebagai antioksidan, antidiabetes, pengatur kolesterol, antikanker, antimikroba, anti-inflamasi, serta perlindungan jaringan hati (Marpaung, 2020). Oleh karena itu, penting bagi pengusaha dan pelaku UMKM untuk memahami cara mengolah dan memasarkan (Khoirunnisa & Ikaningtyas, 2023) produk berbasis bunga telang. Melalui sosialisasi dan edukasi masyarakat, seperti demonstrasi pengolahan dan pemanfaatan bunga telang sebagai produk, kesadaran akan manfaatnya dapat ditingkatkan. Penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial sebagai alat pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar, sehingga produk bunga telang dapat lebih dikenal oleh konsumen yang lebih luas.

Bunga telang (*Clitoria ternatea* L.) adalah tumbuhan merambat yang biasa ditemukan di perkarangan atau tepi hutan (Angelina & Syuhada, 2023); (Sugiyanto & Anisyah, 2024). Tumbuhan anggota suku polong-polongan ini berasal dari Asia tropis, namun sekarang telah menyebar keseluruh daerah tropika. sejak dulu tumbuhan ini ditanam di perkarangan sebagai tanaman hias (Sugiyanto & Anisyah, 2024). Saat ini, bunga telang menjadi sangat populer dikarenakan tanaman ini mudah dibudidayakan dan kaya akan manfaat bagi Kesehatan (Khoirunnisa & Ikaningtyas, 2023). Bunga telang sering dijadikan minuman kesehatan karena memiliki kandungan nutrisi yang sangat bermanfaat selain itu, bunga telang juga digunakan sebagai pewarna makanan alami karena menghasilkan warna biru yang cerah. Warna yang dihasilkan dapat membuat minuman dari bunga telang menjadi lebih menarik secara visual. Dengan rasa yang netral dengan sedikit manis, bunga telang mudah dipadukan dengan bahan-bahan lain dan aman untuk dikonsumsi manusia karena tidak menimbulkan efek samping berbahaya dalam jumlah yang wajar.

Kelompok Tani Setaria, Beroperasi di Kecamatan Sanga-Sanga, Kabupaten Kutai Kartanegara, bergerak dalam bidang pertanian dengan fokus pada budidaya bunga telang dan pengembangan produk pertanian lainnya. Sejak tahun 2020, kelompok tani ini telah menerapkan skema ekonomi sirkular dalam usaha mereka, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan produksi pertanian (Erliana Riyadi 2023).

Kelompok Tani Setaria menghadapi berbagai kendala dalam memasarkan bunga telang kering mereka. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dalam pemasaran digital dan branding, yang sangat penting di era di mana Masyarakat memanfaatkan teknologi dan informasi dan komunikasi untuk berinteraksi, melakukan penjualan, pembelian melalui *e-commerce* (Yacub & Mustajab, 2020). Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat modern menuntut adaptasi dalam strategi pemasaran agar produk mereka dapat bersaing di pasar. Dengan demikian, Kelompok Tani Setaria perlu mengembangkan keterampilan pemasaran digital dan branding untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. dengan teknologi pemasaran online, promosi di media sosial seperti Instagram, facebook dan *e-commerce* (Yusniah et al., 2022) untuk membantu memperluas jangkauan pasar mereka. Pemahaman yang baik tentang pemasaran digital menjadi sangat penting. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat modern menuntut adaptasi dalam strategi pemasaran agar produk pertanian dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pengembangan keterampilan pada pemasaran digital dan branding demikian menjadi krusial bagi Kelompok Tani Setaria untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat yang direncanakan bertujuan untuk membantu kelompok tani ini dalam memahami pemasaran melalui media sosial. Melalui penyampaian materi tentang media sosial dan manfaat praktisnya, diharapkan Kelompok Tani Setaria dapat mengoptimalkan platform digital untuk mempromosikan produk bunga telang kering mereka sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas.

2. METODE DAN PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang dilakukan dalam pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Kecamatan Sanga Sanga Kabupaten Kutai kartanegara pada Kelompok Tani Setaria meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut :

1. Observasi lapangan

Observasi merupakan salah satu kegiatan ilmiah empiris yang mendasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun (Hasanah, 2017). Turun langsung lapangan untuk melihat kondisi tanaman bunga telang secara langsung. Kegiatan ini bertujuan agar dapat menilai kualitas tanaman oleh kelompok tani set aria dan melihat kendala apa yang mereka alami.

2. Wawancara Kelompok Tani

Wawancara adalah suatu peroses kumunikasi antara dua pihak atau lebih yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tertentu dari narasumber. Dilakukan wawancara Bersama kelompok tani untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kondisi bunga telang di lapangan, pemahaman mengenai sosial media, dan proses produksi yang diterapkan oleh Kelompok Tani Setaria.

3. Edukasi Media Sosial

Keterbatasan Kelompok Tani Setaria dalam menggunakan sosial media sehingga membuat cakupan pasar tidak meluas, kami memilih untuk Memberikan materi dan pelatihan kepada Kelompok Tani Setaria mengenai pemanfaatan platform yang bisa digunakan untuk menjual dan mempromosikan produk seperti:

- a. Pemahaman dasar tentang sosial media
Penjelasan tentang platform yang bisa digunakan seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan WhatsApp. Mengenai manfaat sosial media sebagai sarana komunikasi, hiburan, pemasaran, dan Pembangunan komunitas. Serta memberi edukasi mengenai dampak negatif seperti hoaks dan cyberbullying.
- b. Etika dan keamanan di media sosial
Bagaimana menggunakan media sosial dengan sopan dan profesional. Cara melindungi data pribadi, mengenali penipuan online, dan mengamankan akun. Serta tips untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya.
- c. Optimalisasi media sosial untuk Kelompok Tani Setaria
Membuatkan akun profesional dan membuat profil bisnis yang menarik di media sosial. Cara membuat konten yang relevan, kreatif, dan menarik untuk promosi produk, serta memahami matrik seperti *reach*, *engagement*, dan *conversion* untuk meningkatkan performa.

Melakukan edukasi dan pelatihan mengenai pemanfaatan sosial media yang optimal kepada Kelompok Tani Setaria agar produk bunga telang dapat lebih dikenal Masyarakat luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi langsung di lapangan, kondisi tanaman bunga telang cukup baik dan kurangnya pemahaman Kelompok Tani Setaria dalam menggunakan sosial media menjadi hambatan dalam memasarkan bunga telang kering mereka. Bunga telang yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Setaria dikeringkan dan diolah menjadi minuman dan dijual secara offline di daerah tersebut. Bunga telang yang dibudidayakan oleh Kelompok Tani Setaria dapat dikembangkan dengan subur di lahan yang ada. Observasi ini mengidentifikasi bahwa terdapat peluang untuk meningkatkan kualitas hasil dengan memberikan pemahaman mengenai kemasan produk yang menarik. Selain itu observasi ini juga menunjukkan potensi yang besar, Bunga telang dapat dijadikan produk unggulan yang dapat dipasarkan lebih luas.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Kelompok Tani Setaria sudah menggunakan metode modern dalam budidaya dan produksi. Para petani memiliki pengetahuan yang cukup mengenai siklus hidup bunga telang dan cara pemanenannya, namun kurang dalam meningkatkan hasil panen atau memperbaiki kualitas produk. Dalam wawancara, para petani juga mengungkapkan bahwa mereka tertarik untuk meningkatkan hasil panen dan pemasaran mereka, tetapi belum memiliki akses atau pengetahuan yang luas mengenai strategi yang tepat.

Materi dan pelatihan media sosial yang diberikan membekali kelompok tani setaria dengan keterampilan dasar dalam mempromosikan produk bunga telang kering secara online. Para petani mulai memahami pentingnya media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Mereka mempelajari cara membuat akun, mengunggah foto produksi, menulis deskripsi yang menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan. Materi dan pelatihan ini diharapkan dapat membantu mereka memasarkan bunga telang kering secara luas dan menjangkau pasar yang besar.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan edukasi media sosial cukup efektif dalam membantu kelompok tani setaria untuk bisa memahami cara memaksimalkan potensi produk bunga telang kering mereka. Dengan melakukan observasi langsung ke lapangan, kami dapat mengidentifikasi langsung kendala yang dihadapi di lapangan dan memberikan masukan yang relevan terkait dengan cara bermedia sosial untuk mempromosikan dan kemasan yang menarik. Selain itu, wawancara dan edukasi media sosial ini meningkatkan kesadaran para petani tentang pentingnya berinovasi dalam pemasaran produk. Kegiatan ini diikuti oleh 14 orang peserta dari Kelompok Tani Setaria.

Dengan keterampilan baru yang mereka peroleh dalam bermedia sosial, para petani memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan penjualan produk bunga telang kering mereka secara online. Dalam kegiatan ini, edukasi mencakup beberapa materi penting yaitu:

1. Pemahaman dasar tentang sosial media, termasuk pengenalan platform yang relevan untuk promosi produk.
2. Etika dan keamanan di sosial media, untuk memastikan penggunaan sosial media yang profesional dan aman.
3. Optimalisasi media sosial untuk Kelompok Tani Setaria, seperti cara membuat profil Instagram yang menarik, membuat konten, penggunaan hashtag yang tepat, dan meningkatkan strategi jangkauan promosi.



Gambar 1. Instagram Telang setaria



Gambar 2. Flayer Promosi

Selanjutnya diharapkan dilakukan pendampingan lebih lanjut dan peningkatan keterampilan lainnya dapat diberikan untuk mengoptimalkan hasil yang ingin dicapai dan memastikan keberlanjutan usaha para petani. Promosi digital bunga telang kering ini kedepannya bisa membuka peluang destinasi wisata edukasi jika dikelola dengan baik, dimana pengembangan salah satu objek dapat menjadi daya tarik tersendiri sebagaimana pengembangan objek di daerah wisata tertentu seperti spot foto dan video promosi (Nabila et al., 2024). Selain itu, ketersediaan bahan baku dari komoditas perlu terus dijaga agar produk yang dihasilkan selalu tersedia. Kerjasama dan kecepatan serta keterbukaan informasi dalam proses pemasaran menjadi faktor kunci agar tidak terjadi ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran (Adelino et al., 2024).

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama kelompok tani setaria di Kecamatan Sanga-Sanga, Kabupaten Kutai Kartanegara menunjukan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan para petani terkait pemasaran digital. Pelatihan media sosial yang diberikan memungkinkan mereka memahami cara memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk, mulai dari cara mengunggah foto produk, membuat deskripsi yang menarik, hingga berinteraksi dengan calon pelanggan. Hasil kegiatan ini menunjukan bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk menjangkau pasar yang luas dan mendukung kesejahteraan ekonomi para petani.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dalam pemasaran produk. Dengan keterampilan baru yang diperoleh Kelompok Tani Setaria kini memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan penjualan produk bunga telang kering mereka secara online. Untuk hasil yang optimal dan berkelanjutan usaha, dibutuhkan pendampingan lebih lanjut serta pelatihan tambahan agar kelompok tani bisa terencana dan terarah dalam pengembangan usaha.

Ucapan Terima Kasih: Terimakasih kepada Kelompok Tani Setaria terutama Bapak Sutrimo dan Bapak Ramang telah menyediakan fasilitas untuk menunjang kegiatan pengabdian ini.

Kontribusi Penulis: **Konsep** – Fingki Dianti.; **Desain** – Alya Najla Fadillah; **Supervisi** – Mariyah; **Bahan** – Nita Dwi Cahyani.; **Koleksi Data dan/atau Proses** – Nita Dwi Cahyani.; **Analisis dan/atau Interpretasi** – Fingki

Dianti, Alya Najla Fadillah; **Pencarian Pustaka** – Fitria Nuraini.; **Penulisan** – Fingki Dianti.; **Ulasan Kritis**– Feria Noor Cahayati.

Sumber Pendanaan: “Kelompok Tani Setaria”.

Konflik Kepentingan: “Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan”.

REFERENSI

- Adelino, M. I., Chairi, M., & Imani, R. (2024). Pengenalan Konsep Dasar Rantai Pasok Menggunakan Supply Chain Board Game. *ANDIL: Mulawarman Journal of Community Engagement*, 1(2), 59–65.
- Angelina, R., & Syuhada, F. A. (2023). Manfaat Bunga Telang Dan Pembudidayaan di CV. Faruq Farm. *Jurnal Agriness*, 1(1), 1–7.
- Fizriani, A., Quddus, A. A., & Hariadi, H. (2021). Pengaruh Penambahan Ekstrak Bunga Telang terhadap Sifat Kimia dan Organoleptik pada Produk Minuman Cendol. *Jurnal Ilmu Pangan Dan Hasil Pertanian*, 4(2), 136–145. <https://doi.org/10.26877/jiphp.v4i2.7516>
- Hartono, M. A., Purwijantiningsih, E., & Pranata, S. (2012). Pemanfaatan Ekstrak Bunga Telang (*Clitoria ternatea* L.) sebagai Pewarna Alami Es Lilin Utilization of Extract Butterfly Pea Flowers (*Clitoria ternatea* L.) As Natural Colorant of Ice Lolly. *Jurnal Biologi*, 1–15.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Ibrahim, A. M., & Hendayana, Y. (2024). Studi Literatur Tentang Inovasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis Dalam Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2), 212–221. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v2i2.34>
- Khoirunnisa, A., & Ikaningtyas, M. (2023). Sosialisasi Pengolahan Bunga Telang dan Branding Packaging Bunga Telang Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Japanan, Mojowarno, Jombang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 16–21. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.833>
- Nabila, Z., Ashari, P., Tinambungan, W., Apriliana, L., & Jofachri, M. (2024). Promosi Digital dan Pengembangan Wisata Danau Kumbara. 1(1), 1–5.
- Sugiyanto, & Anisyah, L. (2024). *Buku Ajar Sediaan Effervescent Dari Ekstrak Serbuk Bunga Telang (Clitoria terantea L)*. www.penerbitlitnus.co.id
- Suryana, M. R. (2021). Ekstraksi Antosianin Pada Bunga Telang (*Clitoria ternatea* L.): Sebuah Ulasan. *Pasundan Food Technology Journal*, 8(2), 45–50. <https://doi.org/10.23969/pftj.v8i2.4049>
- Timoty Agustian Berutu, Dina Lorena Rea Sigalingging, Gaby Kasih Valentine Simanjuntak, & Friska Siburian. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(3), 358–370. <https://doi.org/10.61132/neptunus.v2i3.258>
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 198–209. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.24275>
- Yusniah, Y., Putri, A., & Simatupang, A. (2022). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi: Akar Revolusi dan Berbagai Standarnya. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 330–337. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i2.2460>
- Erliana Riady. (2023, Oktober 25). "Pertamina Dorong Asa Swasembada Pangan Petani Sangasanga Lewat TANTE SISCA" <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7000948/pertamina-dorong-asa-swasembada-pangan-petani-sangasanga-lewat-tante-sisca>. 24 November 2024

This is an open access article which is publicly available on our journal's website under Institutional Repository at <https://e-journals2.unmul.ac.id/index.php/ANDIL/index>