

KUMPULAN BUKTI BUKTI
DARI PEMBAYARAN YANG TELAH DILAKUKAN
DARI DANA :

POS ANGGARAN B11.00.8.1.3.1

KEGIATAN Pengembangan Produk lokal dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar

TAHUN ANGGARAN 2025

UNIT KERJA : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNWAR

NOMOR : UPP-GU RICA Reg.A FE.B Tw.II dan III 2025

TW : III (AGUSTUS)

Keterangan dari kelompok Akun	Nomor Akun	Nomor Bukti Kas	Keterangan dari tanda bukti yang dilampirkan	Sub. Total	Total
Biaya Cetak	5.1.3.2.13	1	Pengetikan,Fotocopy 1 exp x Rp 50.000	Rp 50,000	Rp 850,000
Biaya Konsumsi	5.1.3.2.15	1	Nasi 32 bks x Rp 15.000	Rp 480,000	
		2	Snack 32 ktk x Rp 10.000	Rp 320,000	
		3	Aqua mini 1 dus x Rp 50.000	Rp 50,000	
Biaya Transportasi	5.1.3.2.26	1	Transport rapat 20 org x Rp 200.000	Rp 4,000,000	Rp 4,100,000
		2	Transport humas 1 x Rp 100.000	Rp 100,000	
			JUMLAH		Rp 5,000,000

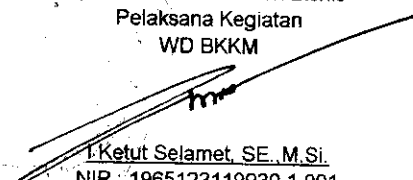
Denpasar, 15 Agustus 2025

Universitas Warmadewa

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Pelaksana Kegiatan

WD BKMM


Ketut Selamet, SE, M.Si

NIP. 1965123119930 1 001

PETUNJUK OPERASIONAL
Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi 2025

Pos Anggaran : B.11.00.8.1.3.1 -
 Waktu Pelaksanaan : TW III (Agustus)

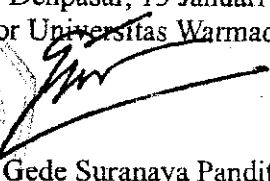
Standar	:	Pengabdian kepada Masyarakat
Program	:	Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat
Aktivitas	:	pengembangan produk lokal dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar.
Rencana Aksi	:	jadwal pelatihan dan program pendampingan secara berkala.
Lokasi Kegiatan	:	Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi
Sumber Dana	:	
	RKA	Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi 2025
	Lain-lain	
Jumlah Anggaran	:	

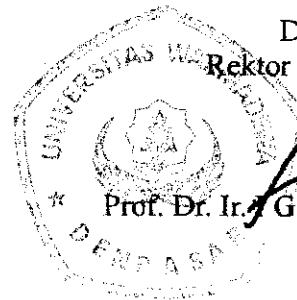
Indikator dan Tolok Ukur Kinerja Belanja Langsung
Tolok Ukur Kinerja

Indikator	:	
Output	:	jumlah UMKM yang mendapatkan pendampingan.
Outcome	:	peningkatan ekonomi lokal.
Keberhasilan	:	1
Sasaran Kegiatan	:	

Rincian Anggaran Belanja Langsung
Menurut Program dan Per Kegiatan

kode akun	Label	Kode HPS	Uraian Kegiatan/belanja	Volume	Satuan	HPS	Jumlah
			jadwal pelatihan dan program pendampingan secara berkala.				
5.1.3.2.13		-	Fotocopy, Pengetikan dan Jilid	3	exp	50.000,00	150.000,00
5.1.3.2.15		-	Konsumsi Nasi	28	bks	15.000,00	420.000,00
5.1.3.2.15		-	Konsumsi Snack Kotak	28	kotak	10.000,00	280.000,00
5.1.3.2.15		-	Aqua	1	dus	50.000,00	50.000,00
5.1.3.2.26		-	Transport rapat	20	orang	200.000,00	4.000.000,00
5.1.3.2.26		-	Transport humas	1	orang	100.000,00	100.000,00
Total PO							5.000.000,00

Denpasar, 15 Januari 2025
 Rektor Universitas Warmadewa,

 Prof. Dr. Ir. Gede Suranaya Pandit, MP
 NIK. 230500041



ops. 14 Agustus 2025

Tuan
Toko Reg. A -

NOTA No. _____

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
1 eks	Pengertian dan Foto Copy Laporan	50.000	Rp. 50.000

Jumlah Rp. 50.000.

Tanda Terima

Hormat kami,


(Eka Dharma)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Lima Puluh Ribu Rupiah ==

*Pengetikan dan Foto copy dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar.
Dengan rincian nota terlampir:*

Denpasar, 14 Agustus 2025

Yang menerima

50.000

(Kadek Octara)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Lima Puluh Ribu Rupiah ==

*Pengetikan dan Foto copy dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar.
Dengan rincian nota terlampir:*

Denpasar, 14 Agustus 2025

Yang menerima

50.000

(Kadek Octara)

Dps. 15 Agustus 2023

Tuan
Toko

Req. A.

NOTA No.

BANYAKNYA	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
32 Bks	Mari Bungkus	15.000	Rp. 480.000
32 Ktg	Snack Kotak	10.000	Rp. 320.000
1 Pkg.	Aqua mini	50.000	Rp. 50.000
		Jumlah Rp.	850.000

Tanda Terima

Hormat kami,

(parwan)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Delapan Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah ==

Konsumsi Nasi bungkus, Snack kotak dan Aqua mini dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar. Dengan rincian nota terlampir:

Denpasar, 15 Agustus 2025

Yang menerima

850.000

(Parwani)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Delapan Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah ==

Konsumsi Nasi bungkus, Snack kotak dan Aqua mini dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar. Dengan rincian nota terlampir:

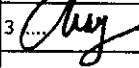
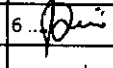
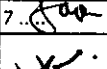
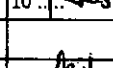
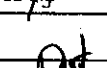
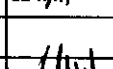
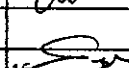
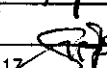
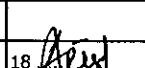
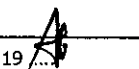
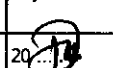
Denpasar, 15 Agustus 2025

Yang menerima

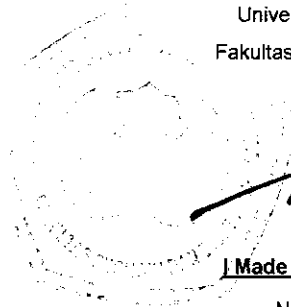
850.000

(Parwani)

**DAFTAR TRANSPORTASI PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL
DENGAN MEMBERIKAN BANTUAN TEKNIS DAN AKSES PASAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIV.WARMADEWA**

NO	NAMA	JABATAN	JUMLAH	TTD	
1	Putu Satria	UMKM	Rp 200,000	1 	
2	I Wayan Anggara	UMKM	Rp 200,000		2 
3	Ngurah Arya	UMKM	Rp 200,000	3 	
4	Ni Ketut Pradnya	UMKM	Rp 200,000		4 
5	Ni Putu Dhita	UMKM	Rp 200,000	5 	
6	Ni Putu Sari	UMKM	Rp 200,000		6 
7	Komang Aditya	UMKM	Rp 200,000	7 	
8	I Gede Bintang	UMKM	Rp 200,000		8 
9	I Made Hari Putra	UMKM	Rp 200,000	9 	
10	Gede Krisna	UMKM	Rp 200,000		10 
11	Ni Komang Ayu	UMKM	Rp 200,000	11 	
12	Ni Putu Arik	UMKM	Rp 200,000		12 
13	Ni Made Dwi Pradnya	UMKM	Rp 200,000	13 	
14	Ayu Wulan	UMKM	Rp 200,000		14 
15	I Putu Bagus Wahyu	UMKM	Rp 200,000	15 	
16	I Nengah Ersana	UMKM	Rp 200,000		16 
17	Nyoman Suksma	UMKM	Rp 200,000	17 	
18	Ni Luh Aristya	UMKM	Rp 200,000		18 
19	Kadek Alda	UMKM	Rp 200,000	19 	
20	Kadek Dian	UMKM	Rp 200,000		20 
	Jumlah		Rp 4,000,000		

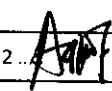
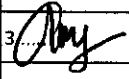
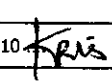
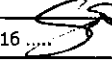
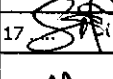
Denpasar, 15 Agustus 2025
Universitas Warmadewa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
WD BSKOP




J Made Yogiarta, S.E., M.M.

NIK. 230 34 0203

DAFTAR TRANSPORTASI PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL
DENGAN MEMBERIKAN BANTUAN TEKNIS DAN AKSES PASAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIV. WARMADewa

NO	NAMA	JABATAN	TTD	
1	Putu Satria	UMKM	1. 	
2	I Wayan Anggara	UMKM		2. 
3	Ngurah Arya	UMKM	3. 	
4	Ni Ketut Pradnya	UMKM		4. 
5	Ni Putu Dhita	UMKM	5. 	
6	Ni Putu Sari	UMKM		6. 
7	Komang Aditya	UMKM	7. 	
8	I Gede Bintang	UMKM		8. 
9	I Made Hari Putra	UMKM	9. 	
10	Gede Krisna	UMKM		10. 
11	Ni Komang Ayu	UMKM	11. 	
12	Ni Putu Arik	UMKM		12. 
13	Ni Made Dwi Pradnya	UMKM	13. 	
14	Ayu Wulan	UMKM		14. 
15	I Putu Bagus Wahyu	UMKM	15. 	
16	I Nengah Ersana	UMKM		16. 
17	Nyoman Suksma	UMKM	17. 	
18	Ni Luh Aristya	UMKM		18. 
19	Kadek Alda	UMKM	19. 	
20	Kadek Dian	UMKM		20. 

Denpasar, 15 Agustus 2025

Universitas Warmadewa

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dekan,


Dr. I.B. Agung Dharmanegara, S.E., M.Si.

NIP. 19630710 199203 1 003

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Seratus Ribu Rupiah ==

Transportasi humas dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar.

Dengan rincian: 1 x Rp 100.000 = Rp 100.000,-

Denpasar, 15 Agustus 2025

Yang menerima


Dewi Fera

100.000

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

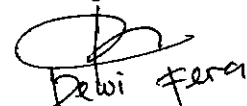
== Seratus Ribu Rupiah ==

Transportasi humas dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar.

Dengan rincian: 1 x Rp 100.000 = Rp 100.000,-

Denpasar, 15 Agustus 2025

Yang menerima


Dewi Fera

100.000

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar

== Seratus Ribu Rupiah ==

Transportasi humas dalam rangka melaksanakan pengembangan produk local dengan memberikan bantuan teknis dan akses pasar yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unwar.

Dengan rincian: 1 x Rp 100.000 = Rp 100.000,-

Denpasar, 15 Agustus 2025

Yang menerima


Dewi Fera

100.000

LAPORAN PKM

**PENDAMPINGAN KELOMPOK TANI SUBAK UMA PALAK
DESA PEGUYANGAN, KECAMATAN DENPASAR UTARA**

Ketua/Anggota Tim

**A.A Sri Purnami, SE, M.Si (NIDN : 0825026701)
I Ketut Selamat, SE, M.Si (NIDN : 0031126523)
L.G.P Sri Eka Jayanti,SE, Ak,M.Si (NIDN : 0810127301)**

**SKEMA: PEMBERDAYAAN BERBASIS MASYARAKAT
RUANG LINGKUP: PEMBERDAYAAN KEMITRAAN
MASYARAKAT (PKM)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WARMADEWA
TAHUN 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Pelaksana : Pendampingan Kelompok Tani Subak Uma Palak
Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara

Nama Lengkap : A.A Sri Purnami, SE, M.Si.
NIDN : 0825026701
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala.
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Nomor HP : 081238354667
Alamat surel (e-mail) : Sripurnami533@gmail.com

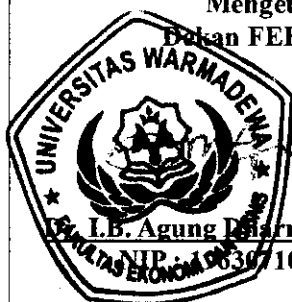
Anggota (1)
Nama Lengkap : I Ketut Selamat, SE, M.Si.
NIDN : 0031126523
Perguruan Tinggi : Universitas Warmadewa.

Anggota (2)
Nama Lengkap : L.G.P Sri Eka Jayanti, SE, Ak, M.Si
NIDN : 0810127301
Perguruan Tinggi : Universitas Warmadewa

Mitra Sasaran 1
Nama : Kelompok Tani Uma Palak Lestari.
Alamat : Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara,
Kabupaten Badung.
Penanggung Jawab : I Wayan Sukadana
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 12.600.000
Biaya Keseluruhan : Rp. 18.000.000

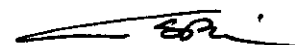
Denpasar, 3 Agustus 2025

Ketua,



Mengetahui,
Bakan FEB. Unwar

I.B. Agung Darmanegara, SE, M.Si
NIP. 196307101992031003



(A.A Sri Purnami, SE, M.Si)
NIK: 230340193

RINGKASAN

Subak Uma Palak merupakan organisasi tradisional yang berperan penting dalam pengelolaan sistem irigasi pertanian di Bali. Sebagai lembaga adat yang memiliki nilai-nilai sosial, religius, dan ekologis, Subak tidak hanya berfungsi mengatur distribusi air, tetapi juga menjadi pilar keberlanjutan pertanian dan kehidupan masyarakat agraris. Namun, seiring dengan perkembangan modernisasi dan perubahan tata guna lahan di wilayah perkotaan, Subak Uma Palak menghadapi sejumlah tantangan, seperti alih fungsi lahan pertanian, keterbatasan akses terhadap modal usaha, serta rendahnya kapasitas pemasaran hasil pertanian. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya produktivitas lahan dan kesejahteraan petani.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan pemasaran kelompok tani Subak Uma Palak di Desa Peguyangan, Denpasar Utara. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan intensif yang mencakup peningkatan kapasitas dalam pemanfaatan platform digital untuk promosi dan pemasaran hasil pertanian, serta pelatihan pengelolaan keuangan dan manajemen usaha yang berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, di mana anggota kelompok tani dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan agar tercipta proses pembelajaran yang aplikatif dan berkelanjutan.

Melalui program ini, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi petani, serta terwujudnya model pemberdayaan yang mampu memperkuat ketahanan Subak di tengah tantangan modernisasi. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pelestarian nilai-nilai budaya pertanian Bali serta penguatan ekonomi lokal berbasis komunitas di Desa Peguyangan.

Kata Kunci: Pendampingan, Subak Uma Palak, Kelompok Tani

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadapan Ida Sanghyang Widhi Wasa / Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga laporan hasil pengabdian kepada masyarakat yang berjudul " Pendampingan Kelompok Tani Subak Uma Palak Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara " ini dapat diselesaikan sesuai dengan Rencana Kerja Anggaran tahunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Warmadewa. Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu pelaksanaan tri darma perguruan tinggi bagi setiap dosen untuk mengembangkan keilmuannya.

Laporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Yth:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. I Gde Suranaya Pandit,MP. selaku Rektor Universitas Warmadewa Denpasar.
2. Ibu Dr. Partiwi Dwi Astuti, SE, M.Si, Ak, CA, selaku Direktur Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Warmadewa
3. Bapak Dr.I.B.Agung Dharmanegara, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa Denpasar.
4. Teman-teman Dosen, staff karyawan/karyawati yang telah banyak membantu penyusunan laporan hasil penelitian ini.
5. Bapak I Wayan Sukadana selaku ketua kelompok tani Uma Palak beserta anggotanya telah membantu dan memberikan kesempatan kami untuk mengadakan pendampingan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan melimpahkan rahmat-Nya serta membalas budi baik Bapak/Ibu/Saudara sekalian. Sebagai akhir kata, dengan penuh kerendahan hati kami sangat mengharapkan bimbingan dan saran-saran yang sifatnya membangun demi penyempurnaan dari laporan hasil pengabdian ini.

Denpasar, 20 Agustus 2025

Penulis

BAB I.

PENDAHULUAN

Subak merupakan sistem irigasi tradisional yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat agraris Bali selama berabad-abad. Lebih dari sekadar lembaga pengelola air, Subak juga mencerminkan filosofi *Tri Hita Karana*, yaitu keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam. Sistem ini tidak hanya menjaga keberlanjutan pertanian, tetapi juga menjadi warisan budaya yang diakui oleh UNESCO sebagai *World Cultural Heritage*. Salah satu Subak yang masih aktif menjalankan fungsi sosial, ekonomi, dan religius tersebut adalah **Subak Uma Palak**, yang berlokasi di Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar.

Namun, dalam beberapa dekade terakhir, eksistensi Subak Uma Palak menghadapi tantangan serius akibat proses modernisasi dan urbanisasi yang pesat. Perubahan tata guna lahan yang mengarah pada pembangunan pemukiman dan fasilitas komersial menyebabkan berkurangnya lahan pertanian produktif. Selain itu, keterbatasan akses terhadap modal dan minimnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran hasil pertanian juga menghambat peningkatan kesejahteraan petani. Kondisi ini diperparah oleh rendahnya partisipasi generasi muda dalam sektor pertanian, yang berpotensi melemahkan regenerasi petani dan keberlanjutan Subak di masa depan.

Di tengah kondisi tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan yang mampu mengintegrasikan kearifan lokal Subak dengan inovasi modern, khususnya dalam aspek pemasaran dan manajemen usaha. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai bentuk kontribusi akademik dalam mendukung

peningkatan kapasitas kelompok tani di Subak Uma Palak melalui pelatihan dan pendampingan yang terarah. Fokus utama kegiatan ini adalah membantu petani dalam meningkatkan kemampuan pemasaran hasil pertanian berbasis digital serta memperkuat pengelolaan keuangan dan usaha secara berkelanjutan.

BAB II.

HASIL ANALISIS KONDISI EKSISTING MITRA SESUAI BIDANG PERMASALAHAN YANG DIANGKAT

Gambar 2.1: Lahan pertanian



Subak Uma Palak terletak di Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara merupakan salah satu wilayah yang memanfaatkan potensi wilayahnya sebagai daya tarik wisata di Kota Madya Denpasar. Keberadaan Subak Uma Palak ini merupakan area persawahan di wilayah Kelurahan Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, Kota Denpasar, memiliki luas area subak sekitar 103 hektar. Beberapa potensi yang dimiliki oleh Subak Uma Palak yang dapat dikembangkan adalah:

1. Tradisi dan Kelembagaan yang Kuat

Sebagai sebuah subak, Uma Palak memiliki sistem organisasi tradisional yang telah teruji dalam mengelola irigasi dan pertanian secara kolektif. Kelembagaan yang kuat ini menjadi modal sosial yang penting untuk pengembangan lebih lanjut. Penelitian mengenai Subak Lungatad di Desa

Peguyangan Timur, Kota Denpasar, menunjukkan bahwa elemen-elemen subak yang terkelola dengan baik dapat menjadi dasar yang kokoh untuk pengembangan (4).

2. Potensi Pertanian Lokal

Subak Uma Palak memiliki potensi untuk mengembangkan pertanian lokal yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan pengetahuan tradisional dan teknologi modern, subak dapat meningkatkan produktivitas pertanian dan diversifikasi tanaman.

3. Integrasi dengan Pariwisata

Subak Uma Palak berpotensi untuk diintegrasikan dengan sektor pariwisata. Ekowisata berbasis pertanian dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin mengenal lebih dekat budaya dan praktik pertanian tradisional Bali. Diversifikasi fungsi subak sebagai daya tarik ekowisata dapat menjadi model yang menarik (5).

4. Pemanfaatan CSR Pertamina

Subak Uma Palak memiliki potensi untuk memanfaatkan program CSR Pertamina guna meningkatkan perekonomian masyarakat berbasis hasil pertanian. Dengan merumuskan strategi yang tepat, subak dapat mengoptimalkan bantuan CSR dalam peningkatan produktivitas pertanian dan pemberdayaan ekonomi petani. Program pemberdayaan masyarakat dapat meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk (6).

5. Lokasi Strategis

Lokasi Subak Uma Palak di Denpasar Utara memberikan akses yang relatif mudah ke pasar dan sumber daya lainnya. Hal ini dapat mendukung pengembangan usaha pertanian dan pariwisata yang terintegrasi.

Dengan memanfaatkan potensi-potensi ini, Subak Uma Palak dapat meningkatkan kesejahteraan anggotanya dan memberikan kontribusi positif bagi pembangunan ekonomi lokal.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT

3.1. TUJUAN KEGIATAN

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah:

1. Meningkatkan kemampuan kelompok tani Subak Uma Palak dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran hasil pertanian.
2. Meningkatkan keterampilan petani dalam pengelolaan keuangan dan manajemen usaha tani yang efisien.
3. Mendorong terciptanya model pemberdayaan yang berkelanjutan berbasis kearifan lokal dan adaptif terhadap perubahan zaman.

3.2 MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan PKM ini diharapkan memberikan beberapa manfaat, antara lain:

1. **Bagi Petani:** meningkatnya pendapatan dan kemandirian ekonomi melalui strategi pemasaran yang lebih luas dan efektif.
2. **Bagi Subak:** penguatan peran Subak sebagai lembaga adat yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional.
3. **Bagi Masyarakat dan Pemerintah Daerah:** terciptanya sinergi antara pelestarian budaya agraris dan pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

4. **Bagi Perguruan Tinggi:** sebagai implementasi nyata dari Tridharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang pengabdian kepada masyarakat berbasis riset dan pemberdayaan komunitas.

BAB IV

PERMASALAHAN DAN SOLUSI

4.1 PERMASALAHAN

Adapun beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Mitra dalam kaitannya dengan pendampingan Kelompok Tani yang ada di Subak Uma Palak adalah:

Kurangnya pengetahuan dari Kelompok Tani tentang pemasaran digital dapat menghambat kemampuan petani untuk bersaing dengan pelaku ekonomi lain di pasar lokal. Tanpa strategi yang jelas dan terarah, mungkin kehilangan peluang untuk menarik investor, mitra bisnis, atau pelanggan potensial.

4.2 SOLUSI

Mendorong penggunaan teknologi digital dalam pemasaran dan manajemen usaha, sehingga kelompok tani dapat lebih efisien dan efektif dalam menjalankan bisnisnya. Adopsi teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, program ini dapat memberikan panduan dan pelatihan tentang fotografi produk untuk meningkatkan kualitas pemasaran digital. Seperti program pelatihan lainnya, pelatihan ini dapat dirancang dengan pendekatan belajar sambil bekerja untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya .

Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani melalui peningkatan penjualan dan efisiensi usaha. Peningkatan kesejahteraan ekonomi para petani merupakan tujuan utama dari program pendampingan. Program ini juga dapat membantu petani mengembangkan keterampilan manajemen dan kewirausahaan, sehingga dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional.

BAB V.

METODE DAN LIMA TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN

5.1. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini mencakup pelatihan dan pendampingan intensif yang berbasis partisipatif serta penerapan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan hasil pertanian yang dihasilkan oleh Kelompok Tani Uma Palak. Pelatihan dan pendampingan akan dilakukan melalui pendekatan partisipatif, di mana anggota kelompok tani secara aktif terlibat dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan partisipatif ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan keberhasilan pelatihan, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh (Wright & Annes, 2016) tentang pemberdayaan dalam pertanian bernilai tambah. Dalam kegiatan ini, para peserta akan dibekali dengan teknik serta strategi pemasaran digital. Pelatihan akan diberikan dalam bentuk demonstrasi langsung, dan sesi diskusi kelompok seperti pada:

Aspek pemasaran digital, pelatihan akan mencakup strategi pemasaran yang efektif menggunakan media sosial dan platform e-commerce. Peserta akan diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten pemasaran yang menarik, menggunakan alat dan platform digital, serta memahami strategi pemasaran digital seperti SEO, iklan berbayar, dan analisis data. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya pemasaran digital dan

memberikan mereka alat yang diperlukan untuk mengakses pasar yang lebih luas dan menguntungkan.

5.2 **TAHAPAN PELAKSANAAN PENGABDIAN**

1. Survey lokasi

Survey lokasi ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait potensi yang dimiliki oleh Kelompok Tani Uma Palak di Desa Peguyangan. terdapat kekuatan, peluang serta kelemahan yang dimiliki oleh kelompok Wanita tani. Sehingga tim pengabdian kepada masyarakat dapat menyusun program kegiatan PKM yang akan di terapkan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

2. Sosialisasi rencana kegiatan PKM kepada kelompok Tani di Subak Uma Palak.

Berdasarkan program yang telah disusun akan di sosialisasikan kepada mitra, sehingga program dapat dilaksanakan dengan baik sesuai rencana.

3. Alternatif solusi yang diberikan terhadap permasalahan yang dihadapi

Dari permasalahan yang dihadapi oleh mitra, tim pengabdian akan memberikan alternatif solusi sehingga permasalahan yang ada dapat teratasi.

4. Pemberian teori, diskusi, dan praktek

Untuk meningkatkan pemahaman dan ketrampilan peserta tentang pemasaran digital maka tim pengabdian akan memberikan teori melalui penyuluhan, berdiskusi dengan peserta dan melaksanakan praktek membuat konten pemasaran yang menarik, menggunakan alat dan platform digital,

5. Evaluasi kegiatan dan hasil.

Pada tahapan ini dilakukan proses evaluasi terkait dengan hasil kegiatan yang sudah dilaksanakan. Apabila dari hasil pengamatan dan evaluasi menunjukkan peserta belum paham dan belum menguasai materi yang sudah diberikan maka akan dijelaskan kembali dengan melakukan diskusi kepada peserta kegiatan pengabdian. Analisis yang digunakan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra tentang pemasaran digital adalah sebagai berikut:

$$X = \frac{\text{Jumlah rata-rata skor dari masing-masing indikator}}{\text{Jumlah indikator}}$$

Kriteria Penilaian:

1. Tidak Paham (1)
2. Kurang Paham (2)
3. Paham (3)
4. Sangat Paham (4)

BAB VI

HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) pada Kelompok Tani di Subak Uma Palak, Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, menunjukkan bahwa pengurus dan anggota sangat antusias dan mendukung adanya kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok dalam memasarkan produk hasil pertanian tersebut secara digital.

6.2 Peningkatan Pengetahuan tentang Pemasaran Digital

Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang cara memanfaatkan media sosial untuk memasarkan hasil pertanian. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan rata-rata skor pada jawaban responden pada kuisioner yang disebarkan menunjukkan bahwa nilai rata-rata skor pemahaman peserta sebelum dilakukan pelatihan sebesar 1,0585 yang artinya bahwa kelompok tani tidak paham tentang strategi pemasaran digital. Setelah dilakukan pendampingan oleh tim pengabdian rata-rata skornya meningkat menjadi 3,01 yang artinya bahwa kelompok tani sudah paham tentang pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk. Ini mencakup pemahaman tentang inovasi pengembangan produk, penggunaan platform digital seperti Google Map dan WhatsApp Business, serta pembuatan katalog produk usaha. (Widyaningrum, 2024) mengeksplorasi penggerak komersialisasi pertanian melalui platform pemasaran digital, menekankan pentingnya pengetahuan untuk meningkatkan skala penggunaan platform digital. Pelatihan dalam pemasaran digital memberikan pemahaman yang

diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, meningkatkan penjualan, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Hasil penilaian tingkat pemahaman mitra tentang pemasaran digital dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.1 :Penilaian tingkat pemahaman mitra tentang pemasaran digital sebelum dilaksanakan pendampingan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM)

No	Nama Responden	Skor X
1	Responden 1	1,67
2	Responden 2	1
3	Responden 3	1
4	Responden 4	1
5	Responden 5	1
6	Responden 6	1
7	Responden 7	1
8	Responden 8	1
9	Responden 9	1
10	Responden 10	1
11	Responden 11	1
12	Responden 12	1
13	Responden 13	1,33
14	Responden 14	1
15	Responden 15	1
16	Responden 16	1
17	Responden 17	1,17
18	Responden 18	1
19	Responden 19	1
20	Responden 20	1
Rata-Rata Skor		1,0585

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

Rata-rata Skor untuk Variabel X (Pemasaran Digital)

Rata-rata skor untuk variabel X adalah 1,0585, yang menunjukkan bahwa sebelum adanya pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, kelompok tani tidak paham tentang pemasaran digital dan tidak paham menggunakan media

sosial dalam memasarkan produk mereka. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran digital sangat diperlukan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan.

Tabel 6.2: Penilaian tingkat pemahaman mitra tentang pemasaran digital setelah dilaksanakan pendampingan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM)

No	Nama Responden	Skor X
1	Responden 1	3,166667
2	Responden 2	2,666667
3	Responden 3	3
4	Responden 4	3,166667
5	Responden 5	3,166667
6	Responden 6	3
7	Responden 7	3
8	Responden 8	3
9	Responden 9	3
10	Responden 10	3
11	Responden 11	2,666667
12	Responden 12	3,166667
13	Responden 13	3,166667
14	Responden 14	3
15	Responden 15	3
16	Responden 16	3,166667
17	Responden 17	3,166667
18	Responden 18	3
19	Responden 19	2,666667
20	Responden 20	2,833333
Rata-Rata Skor		3,02

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

Rata-rata Skor untuk Variabel X (Pemasaran Digital)

Rata-rata skor untuk variabel X adalah 3,02, yang menunjukkan bahwa setelah adanya pendampingan dari tim pengabdian masyarakat, kelompok tani

sudah paham tentang pemasaran digital dan tidak paham menggunakan media sosial dalam memasarkan produk mereka. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan dalam pemasaran digital berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan.

Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis dan pemasaran digital anggota kelompok tani. Peningkatan pemahaman dan keterampilan ini berdampak langsung pada kemampuan memasarkan produk secara digital.

Peningkatan pemahaman dalam pemasaran digital memungkinkan kelompok tani untuk memanfaatkan platform digital secara efektif, yang mendukung peningkatan penjualan dan penguatan branding produk mereka. Ini sesuai dengan temuan (Meliala et al., 2019; Sopanah, 2023) yang menyoroti pentingnya pemasaran digital dalam mencapai pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan dapat memberdayakan kelompok tani, meningkatkan keterampilan teknis dan pemasaran mereka, serta mendukung keberlanjutan ekonomi melalui pengembangan produk bernilai tambah dan pemasaran digital yang efektif. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya memberikan dampak positif pada tingkat pemahaman dan keterampilan teknis anggota kelompok wanita tani, tetapi juga membuka peluang baru untuk peningkatan ekonomi lokal dan keberlanjutan usaha tani di Subak Uma Palak, Kecamatan Denpasar Utara. Keberhasilan ini menegaskan pentingnya program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan dalam mendukung kemandirian ekonomi dan pengembangan kapasitas komunitas tani.

BAB VII
DELIVERY PENERAPAN PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI
KE MASYARAKAT

7.1. PRODUK TEKNOLOGI DAN INOVASI

Produk teknologi dan inovasi yang berkaitan dengan pendampingan Kelompok Tani Jeruk Subak Uma Palak di Desa Peguyangan Kecamatan Denpasar Utara adalah dengan cara memberikan pelatihan tentang pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk. Untuk pelatihan pemasaran digital inovasi yang dilakukan adalah memberikan pendampingan dalam memanfaatkan hand phone android untuk memasarkan produk sehingga dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas .

7.2 PENERAPAN TEKNOLOGI DAN INOVASI KEPADA MASYARAKAT

Dengan dilakukannya pendampingan kepada Kelompok Tani Subak Uma Palak di Desa Peguyangan maka anggota kelompok telah paham menggunakan media sosial untuk memasarkan produk seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk sehingga dapat memperluas pangsa pasar.

7.3 IMPACT KEBERMANFAATAN DAN PRODUKTIVITAS

Setelah dilakukan penyuluhan dan pendampingan ada beberapa hal yang didapat manfaatnya bagi Kelompok Tani di Subak Uma Palak seperti:

- a. Meningkatnya pengetahuan tentang pemanfaatan media sosial dalam pemasaran digital dari anggota kelompok Tani di Subak Uma Palak sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Petani tidak lagi bergantung kepada para pengepul untuk menjual hasil panen sehingga harga produk pertanian tidak bisa dipermainkan oleh para pengepul.
- b. Dengan menggabungkan strategi pemasaran digital yang efektif, produk hasil pertanian dapat lebih mudah diterima oleh pasar dan mendapatkan perhatian lebih dari konsumen.

BAB VIII

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Peserta yang terdiri dari anggota Kelompok Tani telah merasakan manfaat dari model pendampingan dalam meningkatkan nilai tambah khususnya dalam pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk. Karena itu peserta berharap untuk dapat dilakukan pendampingan secara berkesinambungan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha . Dengan pendampingan secara berkelanjutan diharapkan para petani mampu meningkatkan ketrampilannya dalam pemasaran digital bukan hanya memanfaatkan media sosial namun juga E-Commerce Platform untuk pemasaran produk sehingga pada pasca panen para petani tidak hanya menggantungkan diri kepada pengepul yang bisa mempermainkan harga produk hasil pertanian.

BAB IX

KESIMPULAN DAN SARAN

9.1. Kesimpulan

Program pendampingan Kelompok Tani di Subak Uma Palak, Desa Peguyangan, Kecamatan Denpasar Utara, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan anggota kelompok dalam pemasaran digital. Program ini mencakup pelatihan pemasaran digital melalui media sosial. Hasil dari pelaksanaan kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok tani dalam memasarkan produk secara digital. Peningkatan ini berdampak positif pada produktivitas dan kualitas hasil tani, serta meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi anggota kelompok. Kesuksesan ini menegaskan pentingnya program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan untuk mendukung kemandirian ekonomi dan pengembangan kapasitas komunitas tani, sehingga dapat menciptakan keberlanjutan dalam usaha tani di Subak Uma Palak, Peguyangan, Denpasar Utara.

9.2. Saran

Disarankan untuk terus mengadakan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan dalam pemanfaatan pemasaran digital perlu diperdalam, termasuk SEO, iklan berbayar, dan analisis data, agar kelompok wanita tani dapat memaksimalkan penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Membangun kemitraan dengan instansi terkait, seperti pemerintah daerah, universitas, dan perusahaan teknologi, dapat memberikan dukungan tambahan berupa sumber daya, pengetahuan, dan akses ke

pasar yang lebih luas. Selain itu, melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap program pemberdayaan ini penting untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian yang diperlukan agar program dapat berjalan optimal dan mencapai tujuan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- DeMaria, A. L., Meier, S., & Ramos-Ortiz, J. (2019). Mentoring the Next Generation of Health Professionals: A Mentor-the-Mentor Approach. *Health Behavior Research*. <https://doi.org/10.4148/2572-1836.1062>
- Farhaeni, M. (2023). Diversifikasi Buah Bligo (Benincasa Hispida) Pada Masyarakat Di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Badung. *Jurnal Abdi Insani*. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1082>
- Kumar, S., Rajpal, S., Lu, S.-Y., & Joe, W. (2020). *Why Market Orientation Matters for Agriculture and Fishery Workers? Unravelling the Association Between Occupational Background and Caloric Deprivation in India*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-50100/v1>
- Luckyardi, S., & Apriliani, D. A. (2022). Pemasaran Kuliner Indonesia Berbasis Digital Marketing Sebagai Sarana Gastro Diplomasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.968>
- Mardiyah, U. (2023). Pelatihan Pengolahan Sambal Ikan Teri Berbasis Daya Terima Konsumen Pada Mahasiswa Universitas Ibrahimy. *Bakti Cendana*. <https://doi.org/10.32938/bc.6.2.2023.103-111>
- Meliala, J. S., Hubeis, M., Jahroh, S., & Maulana, A. R. (2019). Position of Farmers in Agriculture 4.0: Finding From Farmers Partner of Aggregator Online Vegetables Commodity in Indonesia. *Archives of Agriculture and Environmental Science*. <https://doi.org/10.26832/24566632.2019.040307>
- Nilansari, A. F., Wardani, S., & Palupi, M. T. (2022). Pelatihan Pengolahan Hasil Pertanian Dusun Pulo Kalurahan Gulurejo Untuk Peningkatan Ekonomi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karya Ibu Dimasa Pandemi COVID-19. *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. <https://doi.org/10.28989/kacaneegara.v5i1.976>
- Rahmawati, M. (2024). Pengolahan Pangan Unggulan Pisang Sebagai Produk Makanan Tambahan Pada Balita Stunting. *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. <https://doi.org/10.28989/kacaneegara.v7i1.1876>
- Sofia, L. A., & Yunita, R. (2021). Perluasan Pasar Produk Olahan Ikan Patin Melalui Perbaikan Kemasan Dan Promosi Daring. *Jipemas Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i1.11860>
- Sopanah, A. (2023). Optimizing Small Business Management Through Collaborative Training and Education in Business Applications. *JCD*. <https://doi.org/10.56070/jcd.2023.008>
- Sukma, R. N. (2023). Usaha Pengolahan Buah Mangrove *Xylocarpus* Sp (Nyirih) Menjadi Lulur Kecantikan Di Desa Brengkok, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. *Marine Kreatif*. <https://doi.org/10.35308/mk.v7i2.8595>
- Sulaiman, E., Derbani, A., & Adawiyah, W. R. (2020). *Digital Marketing in Culinary Tourism: A Case of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301123>

Widyaningrum, M. (2024). Pelatihan Pengolahan Minyak VCO Bagi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Madaniya*.
<https://doi.org/10.53696/27214834.790>

Wright, W., & Annes, A. (2016). Farm Women and the Empowerment Potential in Value-Added Agriculture. *Rural Sociology*.
<https://doi.org/10.1111/ruso.12105>

Lampiran 1:

Foto Kegiatan





Lampiran 2:

Kuisisioner

KUISONER SURVEY AWAL TERKAIT PEMAHAMAN PEMASARAN DIGITAL BAGI KELOMPOK TANI DI SUBAK UMA PALAK, PEGUYANGAN-DENPASAR UTARA

Nama Mitra :
Jenis Kelamin : Lakilaki / Perempuan*
Usia :
Pendidikan : SD / SMP / SMA / Sarjana*
Nama Usaha Mitra :

Kuisisioner ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra (kelompok Wanita tani jeruk di Subak Tegalan Mabi) terhadap pengolahan hasil panen jeruk menjadi produk olahan dan pemasaran digital.

Cara mengisi kuisisionernya dengan memberikan tanda centang (✓) sesuai dengan tingkat pemahaman mitra dengan kriteria sebagai berikut:

Kriteria Penilaian

1 = Tidak Paham

2 = Kurang Paham

3 = Paham

4 = Sangat Paham

Pemasaran <i>Proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen potensial dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, minat dan keinginan untuk membeli produk tersebut.</i>					
No	Keterangan	Penilaian			
		1	2	3	4
1	Melakukan inovasi pengembangan produk untuk usaha anda				
2	Memiliki nama usaha / merek untuk usaha anda				
3	Penataan layout atau tempat untuk memajang produk usaha anda				
4	Mendaftarkan lokasi usaha anda di google map agar mudah dicari oleh konsumen				
5	Menggunakan Whatsapp business dalam berkomunikasi dengan konsumen				
6	Memiliki katalog produk usaha anda				

KUISONER SETELAH PENDAMPINGAN DARI TIM PKM TERKAIT PEMAHAMAN PEMASARAN DIGITAL BAGI KELOMPOK TANI DI SUBAK UMA PALAK, PEGUYANGAN-DENPASAR UTARA

Nama Mitra :
 Jenis Kelamin : Lakilaki / Perempuan*
 Usia :
 Pendidikan : SD / SMP / SMA / Sarjana*
 Nama Usaha Mitra :

Kuisisioner ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra (kelompok Wanita tani jeruk di Subak Tegalan Mabi) terhadap pengolahan hasil panen jeruk menjadi produk olahan dan pemasaran digital setelah Tim PKM Universitas Warmadewa melakukan pendampingan.

Cara mengisi kuisisionernya dengan memberikan tanda centang (√) sesuai dengan tingkat pemahaman mitra dengan kriteria sebagai berikut:

Kriteria Penilaian

- 1 = Tidak Paham**
2 = Kurang Paham
3 = Paham
4 = Sangat Paham

Pemasaran					
Proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen potensial dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, minat dan keinginan untuk membeli produk tersebut.					
No	Keterangan	Penilaian			
		1	2	3	4
1	Melakukan inovasi pengembangan produk untuk usaha anda				
2	Memiliki nama usaha / merek untuk usaha anda				
3	Penataan layout atau tempat untuk memajang produk usaha anda				
4	Mendaftarkan lokasi usaha anda di google map agar mudah dicari oleh konsumen				
5	Menggunakan Whatsapp business dalam berkomunikasi dengan konsumen				
6	Memiliki katalog produk usaha anda				