

OPTIMALISASI PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL BAGI KELOMPOK PENGRAJIN GERABAH DI KAMPUNG ABAR DISTRIK EBUNGFUW KABUPATEN JAYAPURA

**La Maga, Nabilah Ramadhani, Gracella Sabatini Sidabutar, Hasna,
Brigitha Marcella T. Aflianty, Falentina Desiska Asmuruf,
Floriosa Elisabeth Walalua, Christiana Angela Dulage, Welin Murib**

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Cenderawasih
agamlamaga@gmail.com

Abstract

Kampung Abar in Ebungfauw District, Jayapura Regency, is the only remaining pottery-producing village around Lake Sentani that still survives today. Prior to this community service program, financial record-keeping at the BUMKam kiosk and among the five pottery craftsmen groups was carried out informally and inconsistently. With no structured recording of cash inflows and outflows, making it difficult to monitor business cash flow. On the marketing side, three of the five craftsmen groups had no social media presence, relying solely on individual orders, the annual Lake Sentani Festival, or unpredictable visits from outside the village, which severely limited market reach. Based on this situation, this community service activity aimed to improve the financial literacy and digital marketing capacity of Abar Village pottery craftsmen. The program was carried out through three main methods: socialization, training, and mentoring, preceded by participatory observation of the production process and preliminary interviews to identify the craftsmen's needs. The results show the development of a simple bookkeeping format that has begun to be applied by the BUMKam kiosk manager and craftsmen groups, as well as the creation of Instagram and Facebook accounts under the name "Gerabah Kampung Abar" as online promotional media for the three groups that previously had none. Participants showed strong enthusiasm throughout the activity, although consistent independent application of bookkeeping and social media management still requires further mentoring. This activity is expected to be an initial step toward strengthening business governance and expanding the market for Abar Village pottery in a sustainable manner.

Keywords: financial literacy, digital marketing, pottery, Abar Village.

Abstrak

Kampung Abar, Distrik Ebungfauw, Kabupaten Jayapura merupakan salah satu kampung penghasil gerabah tradisional di kawasan Danau Sentani yang masih bertahan hingga kini. Sebelum kegiatan pengabdian ini dilaksanakan, pengelolaan keuangan pada kios Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) dan lima kelompok pengrajin gerabah masih dilakukan secara sederhana dan tidak konsisten. Tanpa pencatatan kas masuk dan kas keluar yang tertata, sehingga arus keuangan usaha sulit dipantau. Dari sisi pemasaran, tiga dari lima kelompok pengrajin belum memiliki akun media sosial sama sekali. Selama ini hanya mengandalkan pesanan perorangan, momen Festival Danau Sentani, atau kunjungan tamu dari luar kampung yang sifatnya tidak menentu, sehingga jangkauan pasar sangat terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pemasaran digital kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga metode utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, yang didahului dengan observasi partisipatif terhadap proses produksi serta wawancara awal untuk menggali kebutuhan pengrajin. Hasil kegiatan menunjukkan tersusunnya format pembukuan sederhana berupa buku kas masuk dan kas keluar yang mulai diterapkan oleh pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin, serta terbentuknya akun Instagram dan Facebook "Gerabah Kampung Abar" sebagai media promosi daring bagi tiga kelompok yang sebelumnya belum memiliki media sosial. Peserta menunjukkan antusiasme

tinggi selama kegiatan berlangsung, meskipun konsistensi penerapan pembukuan dan pengelolaan akun media sosial secara mandiri masih memerlukan pendampingan lanjutan. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal penguatan tata kelola usaha dan perluasan pasar gerabah Kampung Abar secara berkelanjutan.

Keywords: literasi keuangan, pemasaran digital, gerabah, Kampung Abar.

PENDAHULUAN

Kampung Abar, yang terletak di Distrik Ebungfauw, Kabupaten Jayapura, menyimpan potensi besar dalam kerajinan gerabah. Kerajinan ini bukan sekadar kerajinan tangan biasa, melainkan warisan budaya turun-temurun yang telah menjadi bagian dari identitas masyarakat setempat. Hampir seluruh warga Kampung Abar, yang juga berprofesi sebagai nelayan dan petani, turut menjadi pengrajin gerabah. Bahan baku tanah liat tersedia melimpah dengan warna yang beragam, mulai dari kuning, merah, cokelat, hingga hitam, sehingga menghasilkan produk gerabah yang unik dan khas. Keunikan ini membuat gerabah Kampung Abar dikenal luas di Papua dan mulai merambah pasar di luar Jayapura. Namun, di balik potensi yang menjanjikan ini, kelompok pengrajin masih menghadapi kendala mendasar dalam pengelolaan usaha, khususnya pada aspek pembukuan keuangan dan pemasaran produk.

Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) pada dasarnya adalah pilar kegiatan ekonomi di kampung yang berfungsi ganda (Sawir et al., 2023), yaitu sebagai lembaga sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat dan sebagai lembaga komersial yang bertujuan mencari keuntungan. Pendiriannya bertujuan untuk mengelola aset, jasa, dan usaha lainnya demi sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat kampung (Mahfuddin &

Khalid, 2025). Di Kampung Abar, BUMKam mengelola sebuah kios yang menjadi salah satu wadah pemasaran gerabah, sementara produksi gerabah sendiri dijalankan oleh lima kelompok pengrajin yang tersebar di kampung tersebut. Idealnya, BUMKam dapat menjadi wadah yang mengintegrasikan produksi, pembukuan, dan pemasaran gerabah secara lebih tertata.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara tim KKN dengan pengelola kios BUMKam serta kelompok pengrajin, diketahui bahwa pengetahuan mereka mengenai pembukuan usaha masih sangat terbatas. Pencatatan transaksi, apabila dilakukan, hanya berupa catatan pribadi di atas kertas terpisah tanpa format baku, tidak memisahkan antara kas pribadi dan kas usaha, serta tidak dilakukan secara rutin dari hari ke hari. Akibatnya, pengelola kios maupun pengrajin kesulitan mengetahui secara pasti besarnya pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan riil dari penjualan gerabah, sehingga arus kas usaha tidak dapat dipantau dan dipertanggungjawabkan dengan baik.

Pola pemasaran yang berjalan selama ini juga menunjukkan keterbatasan yang serupa. Dari lima kelompok pengrajin gerabah yang ada, tiga kelompok di antaranya belum memiliki akun media sosial sama sekali sebagai sarana promosi. Penjualan gerabah selama ini murni mengandalkan pesanan perorangan serta kehadiran pembeli pada momen-momen tertentu,

seperti Festival Danau Sentani atau kunjungan tamu dari luar kampung yang tidak menentu. Kondisi ini terjadi karena keterampilan yang diwariskan secara turun-temurun kepada pengrajin hanya mencakup teknik produksi. Sementara pengetahuan mengenai pemasaran, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai kanal promosi digital, tidak pernah diajarkan atau dilatihkan sebelumnya. Akibatnya, meskipun gerabah Kampung Abar memiliki keunikan dan potensi pasar yang luas, jangkauan promosinya tetap terbatas pada lingkup lokal dan bersifat musiman.

Memperhatikan kondisi tersebut, tim pengabdian menyusun dua bentuk intervensi yang bersifat aplikatif dan langsung menjawab kebutuhan di lapangan. Pertama, tim menyusun dan memberikan pelatihan penyusunan format pembukuan sederhana. Berupa pencatatan kas masuk dan kas keluar yang dapat diisi secara rutin oleh pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin. Kedua, mengingat tiga dari lima kelompok pengrajin belum memiliki media sosial, tim membuat akun Instagram dan Facebook sebagai kanal pemasaran daring bersama. Sehingga promosi produk tidak lagi bergantung sepenuhnya pada festival tahunan atau kunjungan tamu yang tidak menentu.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi kendala pembukuan dan pemasaran yang dihadapi oleh pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar melalui peningkatan literasi keuangan sederhana dan pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat tata kelola usaha gerabah sebagai warisan budaya sekaligus memperluas akses

pasar dan meningkatkan kesejahteraan pengrajin di Kampung Abar.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif. Melibatkan pengelola kios BUMKam dan lima kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan partisipatif dipilih karena terbukti efektif dalam mendorong keterlibatan aktif masyarakat sasaran sehingga program yang dilaksanakan benar-benar menjawab kebutuhan nyata di lapangan (Haisah et al., 2024). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu observasi dan wawancara awal, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi partisipatif.

1. Observasi dan Wawancara Awal (Asesmen Kebutuhan)

Tahap ini dilakukan dengan mengamati secara langsung proses produksi gerabah, mulai dari pengolahan tanah liat hingga pembentukan produk, guna memahami kondisi riil usaha pengrajin di lapangan (Gambar 1). Observasi partisipatif merupakan metode yang tepat untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai kondisi dan kebiasaan kelompok sasaran dalam konteks yang sesungguhnya (Abdussamad, Z., 2021). Selain observasi, tim juga melakukan wawancara informal dengan pengurus BUMKam, ketua kelompok, dan pengrajin. Wawancara dilakukan untuk menggali sejauh mana pemahaman mereka tentang pembukuan dan pemasaran, serta kendala yang selama ini dihadapi. Wawancara informal dipilih agar responden dapat menyampaikan informasi secara lebih terbuka dan tidak terbebani (Rofiah,

2022). Hasil asesmen ini menjadi dasar penyusunan materi sosialisasi dan pelatihan agar benar-benar relevan dengan kebutuhan peserta.

2. Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan langsung dengan ketua kelompok pengrajin dan pengelola kios BUMKam. Dilanjutkan dengan pertemuan bersama anggota kelompok pengrajin di lokasi. Sosialisasi merupakan tahap penting dalam kegiatan pengabdian untuk membangun pemahaman awal dan kesadaran peserta terhadap urgensi perubahan yang akan dilakukan (Sawir et al., 2023). Pada tahap ini, tim menjelaskan secara aplikatif pentingnya pencatatan keuangan usaha yang tertib serta manfaat pemasaran digital melalui media sosial dalam memperluas jangkauan pasar. Penjelasan disampaikan menggunakan bahasa sederhana dan contoh kasus nyata dari transaksi kios dan penjualan gerabah sehari-hari. Sehingga peserta dapat memahami dengan mudah relevansi materi terhadap usaha yang mereka jalankan.

3. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung (*learning by doing*) dan terbagi menjadi dua materi utama. Metode *learning by doing* dipilih karena pendekatan berbasis praktik terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dibandingkan penyampaian materi secara teoritis semata (Maruanaya & Mistina, 2025). Pertama, pelatihan pembukuan sederhana, yaitu peserta dilatih mengisi format buku kas masuk dan kas keluar. Pelatihan menggunakan contoh transaksi nyata dari kios BUMKam dan penjualan gerabah. Mulai dari mencatat tanggal transaksi,

uraian, jumlah pemasukan atau pengeluaran, hingga menghitung saldo kas. Kedua, pelatihan pemasaran digital, yaitu peserta diperkenalkan pada langkah-langkah dasar promosi produk secara daring. Meliputi cara memotret produk gerabah agar menarik, menulis deskripsi dan harga produk, serta mengunggah konten ke akun media sosial. Kedua materi ini dirancang agar dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam aktivitas usaha sehari-hari (Sugiyono, 2021).

4. Pendampingan

Pendampingan dilakukan sebagai tindak lanjut dari sosialisasi dan pelatihan. Syahsudarmi, (2025) menyatakan bahwa pendampingan berkelanjutan merupakan kunci agar pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam pelatihan dapat diterapkan secara konsisten oleh peserta dalam kegiatan usaha sehari-hari. Untuk aspek pembukuan, tim mendampingi pengelola kios dan kelompok pengrajin dalam mengisi buku kas pada hari-hari awal penerapannya. Termasuk memberikan koreksi apabila terdapat pencatatan yang belum tepat. Pada aspek pemasaran, karena tiga dari lima kelompok pengrajin belum memiliki media sosial. Tim secara langsung mendampingi pembuatan akun Instagram dan Facebook atas nama kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar, sekaligus mengunggah konten awal berupa foto produk dan profil kelompok. Sebagai bagian dari upaya branding dan publikasi kelompok, tim juga mendampingi pemasangan spanduk identitas kelompok pengrajin di lokasi produksi. Sehingga keberadaan kelompok lebih dikenal oleh pengunjung yang datang ke Kampung Abar.

5. Evaluasi Partisipatif

Sebagai tahap akhir, tim melakukan evaluasi secara partisipatif melalui diskusi refleksi bersama peserta untuk menilai pemahaman yang diperoleh serta kendala yang masih dirasakan dalam menerapkan pembukuan dan pemasaran digital secara mandiri. Evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat partisipasi peserta, kemampuan mengisi buku kas secara mandiri, dan pemahaman dasar pengelolaan akun media sosial sebagai indikator keberhasilan kegiatan. Pendekatan evaluasi partisipatif ini sejalan dengan prinsip pengabdian berbasis kebutuhan masyarakat. Dimana peserta dilibatkan secara aktif dalam menilai capaian program sehingga tindak lanjut yang direncanakan benar-benar relevan dengan kondisi lapangan (Marbase et al., 2024). Hasil evaluasi ini digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi keberlanjutan program pendampingan pada tahap berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Persiapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan observasi terhadap proses produksi gerabah di Kampung Abar. Menunjukkan bahwa seluruh rangkaian produksi, mulai dari pengolahan tanah liat, pembentukan, pengeringan, hingga pembakaran, masih dilakukan secara manual akibat keterbatasan peralatan (Gambar 1). Kondisi ini menegaskan bahwa selain keterbatasan produksi, kelompok pengrajin juga menghadapi persoalan mendasar pada aspek tata kelola usaha. Khususnya pembukuan dan pemasaran, yang menjadi fokus utama kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. Observasi proses produksi gerabah oleh pengrajin

Sebelum pelatihan dilaksanakan, terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pengelola kios Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) dan semua ketua kelompok pengrajin gerabah. Hal ini dilakukan untuk membuat kesepakatan mengenai waktu dan teknis pelaksanaan kegiatan. Koordinasi ini penting agar kegiatan pengabdian berjalan sesuai dengan kesediaan waktu peserta yang sehari-hari juga berprofesi sebagai nelayan dan petani. Berdasarkan hasil koordinasi, disepakati bahwa sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan secara bertahap. Dimulai dari pertemuan bersama ketua kelompok pengrajin dan pengelola kios BUMK. Kemudian dilanjutkan dengan pertemuan bersama anggota kelompok pengrajin secara lebih luas.

Untuk mendukung pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian menyiapkan beberapa alat dan bahan. Yaitu format buku kas masuk dan kas keluar yang dirancang sederhana agar mudah diisi oleh peserta; alat tulis; serta kamera atau telepon pintar untuk keperluan pemotretan produk gerabah. Peralatan tersebut dipersiapkan agar peserta, yang sebagian besar belum terbiasa dengan pencatatan administratif maupun pengelolaan media sosial, dapat lebih

mudah memahami dan mempraktikkan materi pelatihan.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap agar peserta lebih mudah memahami materi dan memiliki antusiasme yang tinggi selama mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Adapun tahap pelaksanaan kegiatan diuraikan sebagai berikut:

Sosialisasi Pembukuan Sederhana

Sebelum materi pokok disampaikan, sebagai pengantar peserta diberikan pemahaman dasar tentang pentingnya pengelolaan keuangan usaha. Kepada peserta dijelaskan bahwa kas usaha kios BUMKam maupun kelompok pengrajin harus dipisahkan dari kas pribadi. Sebab, selama ini pencatatan yang dilakukan tidak memisahkan keduanya. Sehingga pengelola sulit mengetahui secara pasti besarnya pemasukan dan pengeluaran usaha. Materi ini disampaikan menggunakan bahasa sederhana dan contoh transaksi nyata dari kios dan penjualan gerabah sehari-hari. Seperti penjualan gerabah kepada pengunjung maupun pembelian bahan baku tanah liat. Agar peserta dapat memahami dengan mudah relevansi materi terhadap usaha yang mereka jalankan.



Gambar 2. Sosialisasi pembukuan sederhana kepada ketua kelompok pengrajin

Pelatihan Pembukuan Sederhana

Pelatihan pembukuan dilakukan dengan menggunakan metode praktik langsung (*learning by doing*). Peserta dilatih mengisi format pencatatan keuangan dan persediaan barang menggunakan contoh transaksi nyata dari kios BUMKam dan penjualan gerabah. Hasil pelatihan pembukuan sederhana diuraikan sebagai berikut:

a. Pencatatan Pemasukan

Pemasukan dicatat setiap kali kios BUMKam atau kelompok pengrajin menerima pemasukan. Baik dari penjualan gerabah maupun sumber pemasukan usaha lainnya. Pencatatan dilakukan dengan mencantumkan tanggal transaksi, keterangan singkat mengenai jenis atau jumlah gerabah yang terjual, serta jumlah nilai pemasukan yang diterima.

b. Pencatatan Pengeluaran

Pengeluaran dicatat setiap kali kios BUMKam atau kelompok pengrajin mengeluarkan biaya untuk keperluan usaha. Misalnya pembelian bahan baku tanah liat, biaya bahan bakar untuk pembakaran gerabah, maupun biaya operasional kios lainnya. Sama halnya dengan pemasukan, pencatatan pengeluaran dilakukan dengan mencantumkan tanggal, keterangan, dan jumlah nilai pengeluaran.

c. Perhitungan Total Keuntungan dan Saldo Akhir

Setelah pemasukan dan pengeluaran tercatat, peserta dilatih menentukan total keuntungan dan saldo akhir. Keuntungan merupakan selisih antara jumlah pemasukan dan pengeluaran pada transaksi yang bersangkutan. Serta saldo akhir

merupakan posisi kas usaha secara keseluruhan setelah memperhitungkan seluruh transaksi. Sebagai ilustrasi yang digunakan dalam pelatihan, apabila pada suatu hari kios BUMKam mencatat pemasukan dari penjualan gerabah sebesar Rp150.000. Pengeluaran untuk biaya produksi gerabah sebesar Rp50.000. Maka total keuntungan hari itu dihitung dengan cara pemasukan dikurangi pengeluaran, yaitu $Rp150.000 - Rp50.000 = Rp100.000$. Total keuntungan tersebut kemudian ditambahkan pada saldo akhir periode sebelumnya untuk memperoleh saldo akhir yang baru. Dengan memahami cara perhitungan ini, pengelola kios dan kelompok pengrajin gerabah dapat mengetahui secara pasti posisi keuangan usaha pada setiap periode pencatatan.

Tabel 1. Format Pencatatan Keuangan Kios BUMKam/Kelompok Pengrajin

TGL	Ket.	Pemasukan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Total Keuntungan (Rp)	Saldo Akhir (Rp)
.....	...				
.....	...				
.....	...				
Jumlah		Rp	Rp	Rp	Rp

Format pencatatan keuangan pada Tabel 1 digunakan pengelola kios dan kelompok pengrajin untuk mencatat transaksi harian secara rutin. Kolom pemasukan dan pengeluaran diisi sesuai dengan jenis transaksi yang terjadi pada tanggal tersebut. Kolom total keuntungan diperoleh dari selisih pemasukan dikurangi pengeluaran pada baris yang bersangkutan. Sedangkan kolom saldo akhir diisi secara berjalan (*running balance*), yaitu saldo akhir periode sebelumnya ditambah total keuntungan pada baris tersebut.

d. Pencatatan Persediaan Barang

Selain pencatatan keuangan, peserta juga dilatih menyusun catatan persediaan barang. Format pencatatan barang seperti ditampilkan pada Tabel 2. Baik produk gerabah siap jual maupun bahan baku, seperti tanah liat dan cat. Pencatatan persediaan barang dilakukan dengan mencantumkan tanggal pencatatan, nama barang, dan jumlah barang yang tersedia. Sehingga pengelola kios dan kelompok pengrajin dapat memantau ketersediaan produk maupun bahan baku dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Format Pencatatan Persediaan Barang Kios BUMKam/Kelompok Pengrajin

Tgl	Nama Barang	Jumlah
.....		
.....		
.....		

Format pencatatan persediaan barang tersebut digunakan untuk mencatat jenis dan jumlah produk gerabah maupun bahan baku yang tersedia pada tanggal tertentu. Sehingga pengelola kios dan kelompok pengrajin dapat memantau ketersediaan barang. Serta merencanakan produksi maupun pembelian bahan baku berikutnya.

Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan pemasaran digital dilaksanakan agar peserta memiliki kemampuan dasar mempromosikan produk gerabah secara daring (Gambar 4). Hasil pelatihan pemasaran digital diuraikan sebagai berikut:



Gambar 4. Pelatihan pemasaran digital bagi kelompok pengrajin

a. Teknik Pemotretan dan Penulisan Deskripsi Produk

Peserta diperkenalkan cara memotret produk gerabah dengan pencahayaan dan latar yang menarik. Serta cara menulis deskripsi produk yang mencakup jenis, ukuran, dan harga gerabah. Sehingga informasi yang disampaikan kepada calon pembeli lebih lengkap dan meyakinkan.

b. Pembuatan dan Pengelolaan Akun Media Sosial

Temuan penting dari kegiatan ini adalah bahwa dari lima kelompok pengrajin gerabah di Kampung Abar, tiga kelompok di antaranya belum memiliki akun media sosial sama sekali. Menindaklanjuti kondisi ini, tim pengabdian membuat akun Instagram dengan nama pengguna gerabah.kampungabar(<https://www.instagram.com/gerabah.kampungabar?igsh=N3Z2YjBxMzF2dzRu>) dan akun Facebook dengan nama Gerabah Kampong Abar(<https://www.facebook.com/profile.php?id=61592519946925>) sebagai kanal promosi daring bersama. Kedua akun tersebut diisi dengan foto produk gerabah beserta informasi dasar mengenai kelompok pengrajin.

Selanjutnya, peserta dilatih mengunggah konten secara sederhana agar dapat melanjutkan pengelolaan akun tersebut secara mandiri.

Untuk memperjelas hasil kegiatan secara keseluruhan, perbandingan kondisi pembukuan dan pemasaran kelompok pengrajin sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Kondisi Pembukuan dan Pemasaran Sebelum dan Sesudah Kegiatan Pengabdian

Aspek	Kondisi Sebelum Pengabdian	Kondisi Setelah Pengabdian
Pembukuan	Pencatatan keuangan tidak rutin dan belum dipisahkan dari kas pribadi.	Tersedia format pembukuan sederhana yang mulai digunakan.
Media Sosial	Tiga kelompok pengrajin gerabah belum memiliki media sosial.	Dibuatkan akun Instagram (gerabah.kampungabar_) dan Facebook (Gerabah Kampong Abar) sebagai media promosi bersama.
Pola Pemasaran	Penjualan bergantung pada pesanan dan acara tertentu.	Tersedia promosi daring yang dapat diakses kapan saja
Pemahaman Pengrajin	Anggota kelompok pengrajin gerabah belum pernah mendapat pelatihan pembukuan dan pemasaran.	Anggota kelompok pengrajin gerabah memperoleh pemahaman dasar pembukuan dan pemasaran digital.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian sejenis yang menekankan pentingnya penguatan literasi keuangan dan pemasaran digital bagi usaha berbasis masyarakat kampung. Misalnya Sawir et al. (2023) menyatakan bahwa sosialisasi pengelolaan BUMKam yang dilakukan secara inovatif dan aplikatif mampu meningkatkan pemahaman pengurus terhadap tata kelola usaha

kampung. Demikian pula Haisah et al. (2024) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal memerlukan pendampingan berkelanjutan agar potensi lokal, seperti kerajinan gerabah, dapat berkembang menjadi usaha yang mandiri dan berdaya saing. Maruanaya & Mistina (2025) juga menemukan bahwa pemanfaatan potensi lokal kampung sebagai penunjang BUMKam akan lebih optimal apabila disertai peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengelolanya. Sejalan dengan pelatihan pembukuan yang dilaksanakan dalam kegiatan ini. Sementara itu, Syahsudarmi (2025) merekomendasikan penguatan kapasitas pengurus berbasis kinerja dan tanggung jawab sebagai kunci keberlanjutan lembaga usaha kampung. Hal tersebut relevan dengan upaya pendampingan pembukuan dan pemasaran digital yang dilakukan tim pengabdian kepada pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin gerabah di Kampung Abar.

Meskipun kegiatan pengabdian ini telah menghasilkan format pembukuan sederhana dan akun media sosial yang siap digunakan. Namun, penerapan secara konsisten dan mandiri oleh pengelola kios dan kelompok pengrajin masih memerlukan pendampingan lanjutan. Hal ini disebabkan karena mencatat transaksi secara rutin dan mengelola akun media sosial secara aktif merupakan kebiasaan baru yang belum sepenuhnya melembaga dalam aktivitas usaha sehari-hari peserta. Oleh karena itu, keberlanjutan pendampingan dari berbagai pihak, termasuk BUMKam, pemerintah kampung, dan perguruan tinggi, menjadi kunci agar hasil kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata dan berkelanjutan bagi

kesejahteraan pengrajin gerabah Kampung Abar.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil menjawab dua kendala utama yang dihadapi oleh pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar. Kendala tersebut adalah lemahnya kemampuan peserta dalam membuat pembukuan usaha dan terbatasnya pemasaran produk. Melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, tim berhasil menyusun serta memberikan pelatihan pembukuan sederhana berupa pencatatan kas masuk dan kas keluar yang mulai diterapkan oleh peserta. Di sisi pemasaran, tim juga membuatkan akun Instagram ([gerabah.kampungabar_](https://www.instagram.com/gerabah.kampungabar_)) dan Facebook (Gerabah Kampong Abar) bagi kelompok pengrajin yang sebelumnya sama sekali belum memiliki media sosial. Sehingga promosi produk tidak lagi hanya mengandalkan Festival Danau Sentani atau kunjungan tamu dari luar kampung yang tidak menentu.

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Meskipun penerapan pembukuan dan pengelolaan media sosial secara konsisten dan mandiri masih memerlukan pendampingan lanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting bagi penguatan tata kelola usaha dan perluasan pasar gerabah di Kampung Abar sebagai warisan budaya yang perlu terus dilestarikan sekaligus dikembangkan menjadi sumber kesejahteraan bagi pengrajinnya.

Saran

Berdasarkan hasil pelatihan dan pendampingan, maka tim pengabdi

memberikan beberapa saran pada beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi Pengelola Kios BUMKam dan Kelompok Pengrajin. Pengelola kios BUMKam dan kelompok pengrajin gerabah disarankan untuk menerapkan pencatatan kas masuk dan kas keluar secara rutin dan konsisten, tidak hanya pada masa pendampingan berlangsung. Kelompok pengrajin juga disarankan aktif mengunggah konten produk secara berkala pada akun Instagram dan Facebook yang telah dibuat. Serta merespons interaksi dari calon pembeli agar akun media sosial tersebut benar-benar berfungsi sebagai kanal pemasaran yang hidup dan berkelanjutan.

2. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan. Pemerintah Kampung Abar diharapkan turut mendukung keberlanjutan penerapan pembukuan dan pemasaran digital tersebut melalui pendampingan rutin serta fasilitasi akses internet dan perangkat pendukung.

3. Pihak atau lembaga terkait seperti Pemerintah Kabupaten Jayapura, Kadin Papua, dan Balai BPPKS Jayapura. Diharapkan dapat melanjutkan program pelatihan dan pendampingan sejenis secara berkelanjutan.

4. Perguruan tinggi, melalui program pengabdian kepada masyarakat berikutnya, diharapkan dapat melakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan pembukuan dan akun media sosial yang telah dibangun benar-benar diterapkan secara konsisten oleh pengelola kios dan kelompok pengrajin gerabah Kampung Abar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada pengelola kios

BUMKam, kelompok pengrajin gerabah, serta seluruh masyarakat Kampung Abar, Distrik Ebungfauw, Kabupaten Jayapura atas kerja sama dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Haisah, S., Ariawan, A., & Abdussamad., C. P. (2024). *Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal menuju pariwisata berkelanjutan*. Wikrama Parahita: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 1–10.
- Mahfuddin, M., & Khalid, I. (2025). Strategi Humas Dalam Mensosialisasikan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Desa Sungai Gebar Kecamatan Kuala Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 15(2), 105–119.
- Marbase, J. R., Aedah, N., & Tebay, V. (2024). Evaluasi Pengelolaan Bumkam Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Kampung Doyo Baru Kabupaten Jayapura. *Jurnal Kebijakan Publik*, 7(2), 76–83.
<https://doi.org/10.31957/jkp.v7i2.4423>
- Maruanaya, Y., & Mistina, R. S. (2025). Pemanfaatan Potensi Lokal Kampung Sebagai Penunjang Badan Usaha Milik Kampung di Kabupaten Nabire. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3723–3730.

- <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i3.6618>
- Sawir, M., S, L. W., Qomarrullah, R., Fatimah, S., Kala'Padang, Y., Kamaluddin, S., Susilawaty, S., Abubakar, F., Pongtuluran, R., & Anirwan, A. (2023). Sosialisasi Inovatif Pengelolaan Badan Usaha Milik Kampung Dosay Distrik Sentani Barat Kabupaten Jayapura. *Global Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 37–46. <https://doi.org/10.51577/globalabdimas.v3i2.453>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahsudarmi, S. (2025). Pendampingan Penguatan Kapasitas Pengurus Bumdes Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia Berbasis Kinerja Dan Tanggung Jawab. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 4(1), 166–172. <https://doi.org/10.35446/pengabdiankompetif.v4i1.2378>