

## **PELATIHAN LITERASI KEUANGAN DAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA BUMKAM ELSENG KAMPUNG KOYA KOSO KOTA JAYAPURA MELALUI PROGRAM KULIAH KERJA NYATA**

**Avrilla Aulia Puarada, Hulio Reinhard Wahyudi Theo, Arafli, Meskel Makai,  
Amanda Fitriyani, Yolanda Prita Kapelle, Jeni Nitbani,  
Danielzon Gabriel Turot, Anita rusianti**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih  
*avrillapuarada177@gmail.com*

### **Abstract**

Koya Koso Village, Abepura District, Jayapura City, has developed a layer-chicken farming business through the village-owned enterprise (BumKam) Elsen, which has become one of the sources of Jayapura City's local revenue (PAD). However, the sustainability of this business is still constrained by weak financial governance and conventional product marketing. This community service activity, carried out through a student community service program (KKN), aimed to improve the financial literacy of BumKam Elsen managers, expand marketing reach through digitalization, and encourage the diversification of egg-based products. The methods included training on financial literacy and mentoring in the use of the Financial Information Recording Application System (SIAPIK), the design of an egg ordering website integrated with Facebook and Facebook Marketplace, digital campaigns through social media, and mentoring in developing egg-derived products such as salted eggs, premium packaged eggs, and ready-to-eat boiled eggs. The results showed an improvement in managers' ability to record financial transactions simply and systematically, the availability of a digital marketing ecosystem that expanded market reach, and new business opportunities for women, youth, and local micro, small, and medium enterprises in Koya Koso Village. This program shows that strengthening digital-based financial governance combined with product diversification can foster village economic independence while contributing to Jayapura City's local revenue.

**Keywords:** BumKam, Community Service, Digital Marketing, Financial Literacy, SIAPIK.

### **Abstrak**

Kampung Koya Koso, Distrik Abepura, Kota Jayapura, mengembangkan usaha peternakan ayam petelur melalui Badan Usaha Milik Kampung (BumKam) Elsen yang telah menjadi salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Jayapura. Namun demikian, keberlanjutan usaha ini masih terkendala oleh lemahnya tata kelola keuangan serta pemasaran produk yang masih konvensional. Kegiatan pengabdian melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini bertujuan meningkatkan literasi keuangan pengurus BumKam Elsen, memperluas jangkauan pemasaran melalui digitalisasi, serta mendorong diversifikasi produk berbahan dasar telur ayam. Metode kegiatan meliputi pelatihan literasi keuangan dan pendampingan penggunaan aplikasi Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan (SIAPIK), perancangan situs web pemesanan telur yang terintegrasi dengan Facebook dan Facebook Marketplace, kampanye digital melalui media sosial, serta pendampingan pengembangan produk turunan telur seperti telur asin, telur kemasan premium, dan telur rebus siap konsumsi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pengurus BumKam dalam mencatat transaksi keuangan secara sederhana dan sistematis, tersedianya ekosistem pemasaran digital yang memperluas jangkauan pasar, serta terbukanya peluang usaha baru bagi kelompok perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM di Kampung Koya Koso. Program ini menunjukkan bahwa penguatan tata kelola keuangan berbasis digital yang dipadukan dengan diversifikasi produk mampu mendorong kemandirian ekonomi kampung sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jayapura.

**Keywords:** BumKam, Digitalisasi Pemasaran, Kuliah Kerja Nyata, Literasi Keuangan, SIAPIK.

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan desa merupakan salah satu aspek penting dalam mendukung terwujudnya pembangunan nasional yang berkelanjutan. Melalui pembangunan desa, pemerintah berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mengoptimalkan pemanfaatan potensi dan sumber daya lokal yang dimiliki setiap wilayah. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi desa adalah melalui pembentukan Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam), yaitu lembaga ekonomi yang berfungsi mengelola potensi usaha masyarakat, menciptakan kesempatan kerja, serta meningkatkan pendapatan kampung.

Kedudukan Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) sebagai instrument ekonomi kampung tidak lepas dari kerangka regulasi desa yang berlaku secara nasional. Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa menegaskan bahwa pengelolaan badan usaha milik desa mencakup aspek kelembagaan, permodalan, pengembangan unit usaha, kerja sama, hingga pertanggungjawaban, sementara Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024 tentang perubahan kedua atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menempatkan desa sebagai subjek Pembangunan yang berwenang mengelola sumber daya dan kepentingan lokalnya (Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 11 Tahun 2021 Tentang Badan Usaha Milik Desa, n.d.). Regulasi tersebut menjadi landasan hukum bagi pembentukan Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam) sebagai instrument ekonomi kampung yang tidak hanya berorientasi pada

keuntungan, tetapi juga pada pemberdayaan Masyarakat dan penguatan kemandirian ekonomi local.

Meskipun memiliki landasan hukum yang kuat, keberadaan BUMKam tidak secara otomatis mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat maupun pendapatan kampung. Keberhasilan pengelolaannya banyak dipengaruhi oleh kualitas tata kelola, kompetensi pengurus, literasi keuangan, serta kemampuan memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usaha maupun pemasaran. Pengurus dengan pemahaman keuangan yang memadai akan lebih mudah menilai kondisi usaha, menghitung biaya dan keuntungan, serta mengambil keputusan bisnis secara tepat, sementara ketiadaan pencatatan yang tertib berisiko menghambat evaluasi usaha maupun akses pembiayaan dari lembaga keuangan.

Permasalahan tersebut turut ditemukan pada BUMKam Elseng di Kampung Koya Koso. Berdasarkan observasi awal, pencatatan transaksi keuangan usaha peternakan ayam petelur masih dilakukan secara manual dan sederhana, sehingga pengurus mengalami kesulitan menelusuri arus kas, menghitung biaya produksi maupun keuntungan, serta menyusun laporan yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi usaha atau pengajuan pembiayaan kepada lembaga keuangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan dan pendampingan pencatatan digital menjadi kebutuhan mendesak bagi keberlanjutan BUMKam Elseng, sejalan dengan temuan bahwa literasi keuangan berhubungan positif dengan kualitas pengelolaan keuangan usaha (Santiara & Sinarwati, 2023) dan bahwa

pemanfaatan aplikasi pencatatan digital seperti SIAPIK dapat membantu pelaku usaha Menyusun laporan keuangan sesuai standar aakuntansi sederhana (Rinandiyana et al., 2020).

Meskipun memiliki potensi yang besar, usaha peternakan ayam petelur di BUMKam Koya Koso masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya daya saing produk telur dibandingkan dengan produk dari daerah lain. Kondisi tersebut disebabkan oleh pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas dan informasi mengenai produk belum tersampaikan secara luas kepada calon konsumen. Akibatny, peluang untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Pemanfaatan platform digital terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas prosuk usaha berbasis Masyarakat. Pendampingan digitalisasi pemasaran pada produk UMKM desa, misalnya, berhasil meningkatkan literasi digital pelaku usaha sekaligus memperluas jangkauan pasar melalui pengembangan platform digital yang terintegrasi (Mas'udah et al., 2022), sementara pendampingan pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di wilayah pedesaan turut menunjukkan peningkatan efektivitas pemasaran setelah produk dipasarkan melalui media sosial dan platform digital (Saleh et al., 2021). Temuan tersebut menegaskan bahwa strategi pemasaran berbasis digital relevan diterapkan untuk mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional yang dihadapi BUMKam Elseng.

Di era transformasi digital, pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu strategi yang efektif

dalam meningkatkan daya saing usaha. Pemasaran berbasis digital memungkinkan pelaku usaha mempromosikan produk secara lebih luas, cepat, dan efisien melalui berbagai platform mefia sosial maupun media digital lainnya. Selain memperluas jangkauan pasar, pemasaran digital juga mampu meningkatkan citra usaha, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta membuka peluang kerja sama dengan berbagai mitra usaha.

Selain persoalan tata kelola keuangan dan pemasaran, nilai tambah produk telur ayam BUMKam Elseng juga belum dimanfaatkan secara optimal karena sebagian besar hasil produksi masih dijual dalam bentuk segar. Siversifikasi produk olahan berbahan dasar hasil peternakan diketahui mampu meningkatkan nilai jual sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat sekitar, sebagaimana ditemukan pada pendampingan diversifikasi produk telur asin yang mampu meningkatkan keterampilan dan minat wirausaha Masyarakat (Putra et al., 2020). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menawarkan kontribusi berupa model pendampingan yang menggabungkan penguatan literasi keuangan berbasis aplikasi SIAPIK, digitalisasi pemasaran melalui situs web dan media sosial, serta pengembangan produk bernilai tambah dalam satu rangkaian kegiatan pada BUMKam Elseng.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi keuangan pengurus BUMKam Elseng melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi SIAPIK; (2) memperluas jangkauan pemasaran produk telur ayam melalui perancangan situs web pemesanan yang terintegrasi

dengan Facebook dan Facebook Marketplace serta kampanye digital di media sosial; (3) mendampingi pengembangan produk turunan telur bernilai tambah, seperti telur asin, telur kemasan premium, dan telur rebus siap konsumsi; serta (4) mendorong keberlanjutan usaha BUMKam Elseng sebagai penggerak ekonomi kampung yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jayapura. Kegiatan ini diharapkan menghasilkan model pendampingan yang dapat direplikasi pada badan usaha milik kampung lain, khususnya dalam penguatan tata kelola keuangan berbasis digital yang dipadukan dengan digitalisasi pemasaran dan pengembangan nilai tambah produk lokal.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang melibatkan delapan mahasiswa peserta KKN bersama satu dosen pembimbing lapangan. Sasaran kegiatan adalah pengurus Badan Usaha Milik Kampung (BumKam) Elseng, Kampung Koya Koso, Distrik Abepura, Kota Jayapura. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap meliputi tahap persiapan, pelatihan literasi keuangan dan pendampingan aplikasi SIAPIK, digitalisasi pemasaran, pendampingan diversifikasi produk, serta evaluasi kegiatan.

Pada tahap persiapan, dilakukan observasi awal dan koordinasi dengan pemerintah kampung serta pengurus BumKam Elseng untuk mengidentifikasi kondisi tata kelola keuangan dan pemasaran yang berjalan selama ini. Hasil observasi menunjukkan bahwa pencatatan transaksi keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum

tersistematisasi, sementara pemasaran produk telur masih mengandalkan penjualan langsung tanpa dukungan platform digital.



**Gambar 1. Diskusi dengan Aparat Kampung dan Pengurus BUMKam**

Pada tahap pelatihan literasi keuangan, materi yang disampaikan meliputi konsep dasar pencatatan transaksi keuangan usaha, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pentingnya administrasi keuangan bagi keberlanjutan usaha. Pelatihan dilanjutkan dengan pendampingan instalasi dan praktik penggunaan aplikasi SIAPIK secara langsung menggunakan data transaksi BumKam Elseng, sehingga pengurus dapat langsung mempraktikkan pencatatan transaksi harian hingga pencetakan laporan keuangan sederhana.

Pada tahap digitalisasi pemasaran, mahasiswa KKN merancang situs web resmi khusus pemesanan telur BumKam Elseng, mengintegrasikan tautan pemesanan tersebut ke laman Facebook resmi pengelola serta fitur Facebook Marketplace, dan menggerakkan kampanye digital secara sukarela melalui media sosial pribadi masing-masing untuk memperluas jangkauan promosi.

Pada tahap pendampingan diversifikasi produk, mahasiswa KKN memperkenalkan berbagai peluang pengolahan telur menjadi produk bernilai tambah, seperti telur asin, telur kemasan premium, dan telur rebus siap

konsumsi, sebagai upaya membuka peluang usaha baru bagi kelompok perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM di Kampung Koya Koso.

Evaluasi kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi tata kelola keuangan dan pemasaran sebelum dan sesudah kegiatan, meliputi indikator kemampuan pengurus dalam mencatat transaksi keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK, ketersediaan kanal pemasaran digital, serta respons dan partisipasi pengurus BumKam selama pendampingan berlangsung. Tahapan pelaksanaan kegiatan secara ringkas disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian**

| Tahapan Kegiatan                  | Uraian Kegiatan                                                                                     | Metode                        |
|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Persiapan                         | Koordinasi dengan pemerintah kampung dan pengurus BumKam Elseng serta identifikasi kondisi awal     | Observasi dan diskusi         |
| Pelatihan Literasi Keuangan       | Penyampaian materi pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan sederhana                   | Ceramah dan tanya jawab       |
| Pendampingan Aplikasi SIAPIK      | Instalasi dan praktik pencatatan transaksi harian BumKam Elseng menggunakan aplikasi SIAPIK         | Tutorial dan praktik langsung |
| Digitalisasi Pemasaran            | Perancangan situs web pemesanan, integrasi Facebook dan Facebook Marketplace, kampanye media sosial | Pendampingan teknis           |
| Pendampingan Diversifikasi Produk | Pengenalan dan pendampingan pembuatan telur asin, telur kemasan premium, dan telur rebus siap       | Demonstrasi dan praktik       |

|          |                                                                   |                       |
|----------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|          | konsumsi                                                          |                       |
| Evaluasi | Diskusi evaluasi bersama pengurus BumKam dan dokumentasi kegiatan | Diskusi dan observasi |

Metode pembelajaran partisipatif yang memadukan pelatihan, pendampingan teknis, dan praktik langsung dipilih karena dinilai lebih mudah diterima oleh pengurus BumKam Elseng dan mampu meningkatkan keterlibatan aktif peserta selama kegiatan berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata telah dilaksanakan di Kampung Koya Koso, Distrik Abepura, Kota Jayapura, dengan sasaran pengurus Badan Usaha Milik Kampung (BumKam) Elseng. Program ini dirancang untuk menjawab dua permasalahan utama yang dihadapi BumKam Elseng, yaitu lemahnya tata kelola keuangan dan terbatasnya jangkauan pemasaran, sekaligus mendorong terciptanya nilai tambah ekonomi melalui diversifikasi produk berbahan dasar telur ayam.

### 1. Pelatihan Literasi Keuangan dan Pendampingan Aplikasi SIAPIK

Pelatihan literasi keuangan yang dilaksanakan mendorong peningkatan pemahaman pengurus BUMKam Elseng mengenai pentingnya pencatatan transaksi keuangan yang tertib bagi keberlanjutan usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, pencatatan transaksi keuangan BUMKam Elseng masih dilakukan secara manual dan sederhana, sehingga menyulitkan proses evaluasi usaha maupun akses terhadap pembiayaan dari lembaga keuangan. Setelah mengikuti pelatihan dan

pendampingan penggunaan aplikasi SIAPIK, pengurus BUMKam mampu mencatat transaksi keuangan secara lebih akurat dan sistematis menggunakan perangkat smartphone. Hasil ini sejalan dengan temuan bahwa pemanfaatan aplikasi SIAPIK dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam Menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi keuangan sederhana (Rinandiyana et al., 2020).

Peningkatan literasi keuangan juga berkontribusi terhadap kemudahan pengurus dalam melakukan evaluasi usaha dan pengambilan keputusan, sebagaimana ditemukan bahwa literasi keuangan yang baik berhubungan positif dengan kualitas pengelolaan keuangan usaha (Santiara & Sinarwati, 2023). Dengan laporan keuangan yang lebih tertib, BumKam Elseng memiliki peluang lebih besar untuk mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan guna mengembangkan skala usahanya di masa mendatang.

Kondisi serupa turut ditemukan pada BUMDes lain di Indonesia. Survei awal terhadap pengurus BUMDes di Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung, misalnya, menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pengurus terhadap lembaga keuangan masih tergolong rendah sebelum mendapatkan pelatihan (Zulbetti & Puspita, 2019). Pengalaman pendampingan literasi keuangan BUMDes di Desa Salilama, Kabupaten Boalemo, juga menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman pengurus terhadap layanan keuangan digital perlu terus didorong agar pengelolaan keuangan BUMDes semakin tertib (Dama, 2022).

## 2. Digitalisasi Pemasaran melalui Situs Web dan Media Sosial

Selain penguatan tata kelola keuangan, kegiatan ini juga mendorong digitalisasi pemasaran produk BumKam Elseng melalui perancangan situs web resmi khusus pemesanan telur ayam. Tautan pemesanan tersebut diunggah melalui laman Facebook resmi pengelola serta diintegrasikan ke dalam fitur Facebook Marketplace, sehingga pelanggan dan mitra bisnis dapat melakukan pemesanan secara daring dengan lebih mudah. Mahasiswa KKN turut menggerakkan kampanye digital secara sukarela melalui media sosial pribadi masing-masing untuk memperluas jangkauan promosi produk. Ekosistem digital ini bertujuan mempermudah proses transaksi sekaligus memperluas jangkauan pasar produk telur ayam Koya Koso hingga ke luar wilayah kampung.



**Gambar 2. Sosialisasi diversifikasi produk bernilai tambah**

Pemanfaatan platform digital dalam pemasaran produk usaha berbasis masyarakat diketahui mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas akses pasar, sebagaimana ditemukan pada pendampingan digitalisasi pemasaran produk UMKM desa yang berhasil meningkatkan literasi digital pelaku usaha serta memperluas jangkauan pasar melalui pengembangan platform digital terintegrasi (Mas'udah et al., 2022). Hal serupa juga ditemukan pada

pendampingan pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM di wilayah pedesaan, yang menunjukkan peningkatan efektivitas pemasaran setelah produk dipasarkan melalui media sosial dan platform digital (Saleh et al., 2021).

Pengalaman serupa juga ditemukan pada pendampingan digital marketing bagi UMKM binaan BUMDes Remboko di Kabupaten Sleman, yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan marketplace mampu membantu mitra usaha memasarkan produknya secara lebih luas (Maulana et al., 2022). Hal serupa juga ditemukan pada pendampingan digital marketing BUMDes Puri Makmur yang berhasil mengoptimalkan pemasaran produk melalui strategi promosi digital yang lebih terarah (Pramiana & Gilang, 2021). Kedua temuan tersebut memperkuat relevansi strategi digitalisasi pemasaran yang diterapkan pada BUMKam Elseng melalui situs web pemesanan dan integrasi Facebook Marketplace.

### 3. Diversifikasi Produk Bernilai Tambah

Selama ini, telur ayam produksi BumKam Elseng sebagian besar dipasarkan dalam bentuk segar sehingga nilai tambah yang diperoleh masih terbatas. Melalui pendampingan kepada masyarakat, diperkenalkan berbagai peluang diversifikasi produk berbahan dasar telur, seperti telur asin, telur kemasan premium, telur rebus siap konsumsi, hingga aneka olahan pangan berbahan dasar telur yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Pengembangan produk bernilai tambah ini diharapkan mampu membuka peluang usaha baru bagi kelompok perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM di Kampung Koya Koso.



**Gambar 3. Sosialisasi literasi keuangan serta pelatihan penggunaan aplikasi SIAPIK**

Diversifikasi produk olahan berbahan dasar hasil peternakan diketahui mampu meningkatkan nilai jual produk sekaligus membuka peluang usaha baru bagi masyarakat sekitar, sebagaimana ditemukan pada pendampingan diversifikasi produk telur asin dengan varian rasa yang mampu meningkatkan keterampilan dan minat wirausaha masyarakat (Putra et al., 2020). Dengan demikian, manfaat ekonomi dari usaha peternakan ayam BumKam Elseng tidak hanya dirasakan oleh badan usaha itu sendiri, tetapi juga menyebar kepada masyarakat secara lebih luas melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan keluarga.

### 4. Dampak terhadap Perekonomian Kampung dan Kontribusi PAD

Kolaborasi antara pemerintah kampung, BumKam, perguruan tinggi, dan masyarakat pada kegiatan ini menjadi contoh nyata implementasi pembangunan berbasis potensi lokal. Mahasiswa KKN hadir bukan hanya sebagai pelaksana program, tetapi juga sebagai agen perubahan yang membawa inovasi, pengetahuan, dan teknologi sederhana yang dapat diterapkan langsung oleh masyarakat. Penguatan tata kelola keuangan berbasis digital pada badan usaha milik desa/kampung diketahui berperan penting dalam meningkatkan eksistensi dan



keberlanjutan usaha (Wuryandini et al., 2024).

Ke depan, BumKam Elseng memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi model pengelolaan badan usaha milik kampung yang modern, profesional, dan berdaya saing. Dengan penguatan tata kelola keuangan berbasis digital, peningkatan kualitas dan diversifikasi produk, serta perluasan jangkauan pemasaran, Kampung Koya Koso dapat menjadi contoh bagaimana potensi lokal mampu menciptakan kesejahteraan masyarakat sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jayapura.

Relevansi pengembangan unit usaha peternakan ayam petelur sebagai penggerak ekonomi BUMDes juga ditemukan pada pendampingan rantai nilai usaha peternakan ayam petelur BUMDesa Mitra Usaha, yang menunjukkan bahwa penguatan manajemen produksi dan rantai pasok mampu meningkatkan profitabilitas usaha sekaligus memperkuat kawasan ekonomi perdesaan (Kholifaturohmah et al., 2026). Pendampingan BUMDes di Kabupaten Karanganyar, Klaten, dan Sukoharjo turut menegaskan bahwa peran strategis BUMDes dalam merevitalisasi ekonomi desa sangat bergantung pada keberlanjutan pendampingan pascakegiatan (Septiningsih & Kurniawan, 2024). Oleh karena itu, keberlanjutan BUMKam Elseng sebagai kontributor Pendapatan Asli Daerah Kota Jayapura perlu didukung melalui pendampingan lanjutan yang tidak berhenti pada satu siklus program KKN.



**Gambar 4. Membantu Pengantaran pesanan produk kepada pelanggan**

Kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, antara lain durasi pendampingan yang relatif singkat sehingga adopsi teknologi digital oleh seluruh pengurus BumKam belum berlangsung secara merata, serta keterbatasan infrastruktur jaringan internet di wilayah kampung yang turut memengaruhi optimalisasi pemanfaatan aplikasi SIAPIK dan platform pemasaran digital. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan berkelanjutan serta dukungan infrastruktur digital agar manfaat program dapat dirasakan secara lebih optimal dan berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan pada BumKam Elseng, Kampung Koya Koso, Distrik Abepura, Kota Jayapura, berhasil meningkatkan literasi keuangan pengurus BumKam melalui pelatihan pencatatan keuangan dan pendampingan aplikasi SIAPIK, memperluas jangkauan pemasaran produk telur ayam melalui pengembangan situs web dan kampanye digital di media sosial, serta mendorong diversifikasi produk berbahan dasar telur yang memberikan nilai tambah ekonomi. Kegiatan ini juga membuka peluang usaha baru bagi kelompok perempuan, pemuda, dan pelaku UMKM di Kampung Koya Koso. Program ini berpotensi



dikembangkan sebagai model pendampingan berkelanjutan bagi badan usaha milik kampung lain di Kota Jayapura, khususnya dalam penguatan tata kelola keuangan berbasis digital dan pengembangan nilai tambah produk lokal guna mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dama, H. (2022). Peningkatan Literasi Keuangan Bagi Pengurus Bumdes Dan Kelompok Usaha Di Desa Salilama Kecamatan Mananggu Kab. Boalemo Provinsi Gorontalo. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(5), 1150–1167. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v11i5.12651>
- Kholifaturohmah, R., Widodo, H. S., Afif, N. C., Najmudin, & Floresti, D. A. (2026). Pengembangan rantai nilai usaha peternakan ayam petelur BUMDes mitra usaha sebagai kawasan ekonomi perdesaan. *Kancanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(3), 477–486. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v9i3.3493>
- Mas'udah, K. W., Rosida, D. F., Achmad, Z. A., Anita, N. D., Muruah, I., & Aini, Z. A. (2022). PENDAMPINGAN PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM DESA KEBONDALEM. *JURNAL ABDIMAS PATIKALA*, 1(1), 428–436.
- Maulana, Z., Hidayat, M. C., & Agustina, I. (2022). Using Digital Marketing for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bumdes Remboko Sumberrejo Village Sleman Regency. *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Teknologi Dan Aplikasi)*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.12928/spekta.v3i1.4563>
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 11 Tahun 2021 Tentang Badan Usaha Milik Desa, Pub. L. No. 11. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161841/pp-no-11-tahun-2021>
- Pramiana, O., & Gilang, M. R. (2021). Pendampingan Digital Marketing Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Puri Makmur Guna Optimalisasi Pemasaran. *COMVICE: Journal Of Community Service*, 6(1), 5–12. <https://doi.org/10.26533/comvice.v6i1.858>
- Putra, D. S., Efrianti, K., & Mujiburrahman. (2020). Diversifikasi Produk Melalui Peningkatan Keterampilan Pembuatan Telur Asin dari Telur Itik dengan Varian Rasa di Desa Manarap Baru Kalimantan Selatan. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 31–35. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/pkm/article/view/4334>
- Rinandiyana, L. R., Kusnandar, D. L., & Rosyadi, A. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Berbasis Android (Siapik) Untuk Meningkatkan Administrasi Keuangan Umkm. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.30997/qh.v6i1.2042>

- Saleh, Y., Rahmalia, D., Tantriadisti, S., & Sari, I. R. M. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku Umkm Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 5(3), 213. <https://doi.org/10.23960/jss.v5i3.318>
- Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 349. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.14514>
- Septiningsih, I., & Kurniawan, I. D. (2024). Pendampingan BUMDesa : Peran Strategis Bumdes Dan Revitalisasi Ekonomi Desa Di Kabupaten Karanganyar,Klaten, dan Sukoharjo. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 4(3), 1–5.
- Wuryandini, A. R., Husain, S. P., & Amaliah, T. H. (2024). Peningkatan eksistensi BUMDes di Desa Taludaa melalui pelatihan tata kelola, literasi keuangan dan pemasaran. *KACANEGERA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1869>
- Zulbetti, R., & Puspita, V. A. (2019). Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Pengurus BUMDES Melalui Pelatihan Keuangan di Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung. *EKONOMIWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 19(2), 200–211.