

PENGUATAN DAYA SAING UMKM MELALUI PELATIHAN HPP DAN PENDAMPINGAN DIGITALISASI BERBASIS QRIS SERTA GOOGLE MAPS

**Aniek Widiarti, Mad Yoman, Machrunnisa, Aslihatul Rahmawati, Muhamad Eko
Maulana, Risma Fitriyatami, Najwa Putri Sahara, Nadia Rahma Izaki,
Naufal Hawari Shidiq, Achmad Prasetyo**

Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang
awidiarti@unis.ac.id

Abstract

Limited ability to calculate the cost of production and the low adoption of digital technology may reduce pricing accuracy, transaction convenience, and the visibility of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This community engagement program aimed to strengthen the capacity and competitiveness of MSMEs in Lebak Wangi Village through cost-of-production training, digital marketing education, and assistance with QRIS registration and business listing on Google Maps as an implementation of SDG 8. The program was conducted on Thursday, 20 August 2026, starting at 08:00 a.m. at Majelis Ta'lim Nurul Hikmah, Lebak Wangi Village, Sepatan Timur District, Tangerang Regency. A participatory and practice-oriented approach was applied through lectures, demonstrations, hands-on calculation exercises, digitalization assistance, and questionnaire-based evaluation. Forty-four participants completed the questionnaire, while the same seven MSME owners received assistance with both QRIS and Google Maps. Of the expected 440 item responses, 401 were valid. The evaluation yielded a mean score of 4.28 out of 5 and an achievement rate of 85.64%, classified as very good; 89.77% of valid responses were rated good or very good. The program improved participants' readiness to manage production costs and adopt digital tools, although its long-term effects on revenue and competitiveness require follow-up monitoring. The activity supports SDG 8, particularly target 8.3 on entrepreneurship, MSME growth, and access to financial services.

Keywords: cost of production, digital marketing, Google Maps, MSMEs, QRIS.

Abstrak

Keterbatasan kemampuan menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital dapat menghambat ketepatan penetapan harga, kemudahan transaksi, serta visibilitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas dan daya saing pelaku UMKM di Desa Lebak Wangi melalui pelatihan perhitungan HPP, materi digital marketing, serta pendampingan pembuatan QRIS dan pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps sebagai implementasi SDGs 8. Kegiatan dilaksanakan pada Kamis, 20 Agustus 2026, mulai pukul 08.00 WIB di Majelis Ta'lim Nurul Hikmah, Kampung Lebak Wangi, Desa Lebak Wangi, Kecamatan Sepatan Timur, Kabupaten Tangerang. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif-aplikatif yang terdiri atas penyampaian materi, demonstrasi, praktik perhitungan HPP, pendampingan digitalisasi, dan evaluasi melalui kuesioner. Sebanyak 44 peserta mengisi kuesioner dan tujuh pelaku UMKM yang sama memperoleh pendampingan pembuatan QRIS serta Google Maps. Dari 440 respons yang seharusnya terkumpul, sebanyak 401 respons dinyatakan valid. Hasil evaluasi menunjukkan skor rata-rata 4,28 dari skala 5 dengan tingkat capaian 85,64% dan kategori sangat baik; sebanyak 89,77% respons berada pada kategori baik dan sangat baik. Program menghasilkan peningkatan kesiapan peserta dalam mengelola biaya produksi dan mengadopsi sarana digital, meskipun dampak jangka panjang terhadap omzet dan daya saing masih memerlukan pemantauan lanjutan. Kegiatan ini berkontribusi pada SDGs 8, terutama target 8.3 mengenai penguatan kewirausahaan, pertumbuhan UMKM, dan perluasan akses terhadap layanan keuangan.

Keywords: digital marketing, Google Maps, harga pokok produksi, QRIS, UMKM.

PENDAHULUAN

UMKM memiliki posisi strategis dalam penguatan ekonomi lokal karena menyediakan ruang kewirausahaan, aktivitas produktif, dan kesempatan kerja bagi masyarakat. Namun, keberlanjutan UMKM tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan produk, melainkan juga pada kecakapan mengelola biaya, menetapkan harga jual, memasarkan produk, dan merespons perubahan perilaku konsumen. Dalam konteks tersebut, peningkatan kapasitas manajerial dan digital menjadi bagian penting dari penguatan daya saing pelaku usaha.

Salah satu persoalan yang umum ditemukan pada usaha berskala mikro adalah penetapan harga jual berdasarkan perkiraan atau harga pesaing tanpa perhitungan biaya yang lengkap. Harga Pokok Produksi (HPP) pada prinsipnya mencakup biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead yang digunakan untuk menghasilkan produk. Perhitungan yang tepat memberi dasar untuk menentukan harga jual, mengukur laba, mengendalikan pemborosan, dan mengambil keputusan usaha. Pelatihan HPP yang disertai praktik langsung dinilai relevan karena membantu pelaku UMKM membedakan biaya langsung dan tidak langsung serta menyusun harga jual yang lebih rasional. (Priyastiwati et al., 2025)

Selain pengelolaan biaya, pola pencarian informasi dan transaksi konsumen telah bergerak menuju ekosistem digital. Digital marketing memungkinkan UMKM memperkenalkan produk, membangun

identitas usaha, menjangkau calon pelanggan, dan menyajikan informasi secara lebih mudah diakses. Pemanfaatan media digital menjadi lebih efektif apabila pelaku usaha mampu mengenali target pelanggan, memilih saluran yang sesuai, menjaga konsistensi identitas merek, serta menyediakan informasi lokasi dan kontak yang akurat.

Google Maps dan Google Business Profile dapat mendukung keterlihatan usaha lokal dalam hasil pencarian dan peta. Profil bisnis yang terverifikasi juga menyediakan informasi mengenai cara pelanggan menemukan usaha melalui Google Search dan Maps serta tindakan yang dilakukan setelah menemukan profil tersebut. Dengan demikian, pencantuman titik lokasi, nama usaha, kategori, jam operasional, nomor kontak, foto, dan deskripsi produk dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran lokal. Pendampingan Google Maps pada UMKM juga dilaporkan membantu meningkatkan aksesibilitas konsumen dan kesadaran pelaku usaha terhadap branding digital. (Sari et al., 2025)

Digitalisasi transaksi dapat diperkuat melalui QRIS, yaitu standar kode QR pembayaran yang ditetapkan Bank Indonesia. QRIS dirancang agar transaksi menjadi cepat, mudah, murah, aman, dan andal serta menjadi pintu masuk UMKM ke dalam ekosistem ekonomi dan keuangan digital. Pendampingan QRIS relevan bagi pelaku UMKM karena memberikan alternatif pembayaran nontunai, memperluas pilihan konsumen, dan mendukung pencatatan transaksi yang lebih tertib. (Natasia et al., 2024)

Kombinasi pelatihan HPP, digital marketing, Google Maps, dan QRIS memiliki keterkaitan langsung dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDGs 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Target 8.3 mendorong aktivitas produktif, kewirausahaan, kreativitas, inovasi, pertumbuhan UMKM, dan akses terhadap layanan keuangan. (United Nations, 2015) Oleh sebab itu, program yang menggabungkan penguatan kompetensi usaha dan adopsi teknologi dapat dipandang sebagai upaya konkret memperkuat ekonomi lokal yang inklusif.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan bagi pelaku UMKM dan jamaah Majelis Ta'lim Nurul Hikmah di Desa Lebak Wangi. Kegiatan bertujuan: (1) meningkatkan pemahaman peserta mengenai komponen dan perhitungan HPP; (2) melatih peserta menyusun perhitungan HPP sesuai usaha masing-masing; (3) meningkatkan literasi digital marketing; (4) mendampingi pembuatan QRIS dan pendaftaran usaha pada Google Maps; serta (5) mengevaluasi respons dan kepuasan peserta terhadap pelaksanaan program.

METODE

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif-aplikatif dengan desain deskriptif-evaluatif. Program dilaksanakan pada Kamis, 20 Agustus 2026, mulai pukul 08.00 WIB di Majelis Ta'lim Nurul Hikmah, Kampung Lebak Wangi, Desa Lebak Wangi, Kecamatan Sepatan Timur, Kabupaten Tangerang. Peserta kegiatan adalah jamaah majelis taklim yang tak lain sekaligus pelaku UMKM setempat. Jumlah peserta yang

mengembalikan kuesioner sebanyak 44 orang.

Pelaksanaan dibagi menjadi empat tahap. Tahap pertama adalah persiapan, meliputi koordinasi dengan perangkat desa dan pengelola majelis taklim, identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, penyiapan lembar praktik HPP, serta perangkat pendaftaran digital. Tahap kedua berupa pelatihan HPP oleh Aniek Widiarti, S.E., M.M Materi mencakup pengertian HPP, manfaat perhitungan HPP, komponen biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead, perhitungan biaya per unit, dan penetapan harga jual. Setelah pemaparan, peserta melakukan praktik menghitung HPP berdasarkan contoh dan karakteristik usahanya.

Tahap ketiga adalah penyampaian materi digital marketing oleh Mad Yoman, M.I.kom dilanjutkan pendampingan teknis oleh mahasiswa KKK Divisi Ekonomi door to door yaitu Muhamad Eko Maulana, Risma Fitriyatami, Najwa Putri Sahara, Nadia Rahma Izaki. Pendampingan dilakukan secara individual kepada tujuh pelaku UMKM yang sama untuk pembuatan atau proses pendaftaran QRIS dan pencantuman lokasi usaha pada Google Maps. Tahap ini meliputi pengecekan kelengkapan data usaha, pengisian informasi profil, penentuan titik lokasi, dan bantuan mengikuti prosedur pendaftaran platform.

Tahap keempat adalah evaluasi melalui kuesioner skala Likert lima tingkat: Sangat Baik (5), Baik (4), Cukup (3), Kurang Baik (2), dan Tidak Baik (1). Setiap kuesioner terdiri atas 10 butir yang menilai relevansi materi, peningkatan pengetahuan, manfaat HPP, digital marketing, Google Maps, serta layanan pendampingan. Analisis dilakukan secara deskriptif

menggunakan frekuensi, persentase, skor rata-rata, dan persentase capaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan HPP dan digital marketing

Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi HPP. Peserta diperkenalkan pada prinsip bahwa biaya produk tidak hanya berupa bahan baku, tetapi juga tenaga kerja langsung dan berbagai biaya overhead yang menunjang produksi. Pembahasan kemudian diarahkan pada biaya per unit dan penambahan margin laba sebagai dasar harga jual. Model penyampaian yang dilanjutkan dengan praktik membantu peserta menghubungkan konsep biaya dengan pengalaman usaha sehari-hari. Pendekatan ini sejalan dengan temuan kegiatan sejenis bahwa kombinasi penjelasan dan praktik dapat meningkatkan kemampuan UMKM mengenali komponen biaya dan menyusun harga yang lebih kompetitif. (Azlina et al., 2026)

Materi digital marketing menekankan pengenalan potensi usaha, identifikasi target pelanggan, branding, promosi digital, dan keterlihatan lokasi usaha. Peserta diarahkan untuk memandang media digital bukan sekadar tempat memasang iklan, tetapi sebagai sarana membangun informasi usaha yang konsisten dan mudah ditemukan. Dalam praktiknya, materi tersebut dihubungkan dengan pendaftaran Google Maps dan penyediaan QRIS sehingga strategi promosi didukung oleh akses lokasi dan pilihan pembayaran yang lebih praktis.



Gambar 1. Penyampaian materi dan keterlibatan peserta dalam pelatihan HPP



Gambar 2. Penyampaian materi digital marketing dan penyerahan sertifikat kepada narasumber Pendampingan QRIS dan Google Maps

Setelah sesi materi, mahasiswa KKK Divisi Ekonomi memberikan layanan pendampingan kepada tujuh pelaku UMKM. Ketujuh pelaku usaha tersebut merupakan penerima yang sama untuk dua layanan, yaitu pembuatan atau proses pendaftaran QRIS dan pencantuman lokasi usaha pada Google Maps. Dengan demikian, keluaran layanan terdiri atas tujuh proses QRIS dan tujuh profil atau titik lokasi Google Maps, tetapi jumlah penerima manfaat individual tetap tujuh pelaku UMKM atau 15,91% dari 44 peserta yang mengisi kuesioner.

Pendampingan langsung diperlukan karena proses digitalisasi tidak berhenti pada penyampaian pengetahuan. Pelaku usaha membutuhkan bantuan ketika menyiapkan data, mengoperasikan perangkat, menentukan titik lokasi, serta mengikuti tahapan pendaftaran. Dalam konteks QRIS, layanan tersebut

memperluas kesiapan UMKM menerima pembayaran nontunai. Dalam konteks Google Maps, pendampingan meningkatkan kemungkinan usaha ditemukan melalui pencarian lokal. Temuan ini konsisten dengan kegiatan (Sari et al., 2025) yang menempatkan Google Maps sebagai sarana branding dan akses konsumen, serta (Natasia et al., 2024) yang menunjukkan manfaat pendampingan QRIS terhadap kemudahan dan efisiensi transaksi.

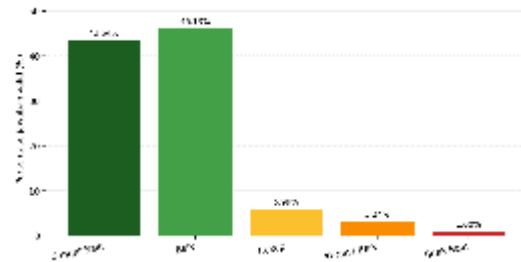


Gambar 3. Pendampingan pembuatan Google Maps dan QRIS kepada pelaku UMKM

Evaluasi kepuasan peserta
Evaluasi menggunakan 44 kuesioner dengan 10 butir pertanyaan. Sebanyak 401 dari 440 jawaban dapat diklasifikasikan sebagai jawaban valid (91,14%), sedangkan 39 jawaban (8,86%) tidak dimasukkan karena kosong, tidak jelas, atau memiliki lebih dari satu tanda. Distribusi jawaban valid disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi keseluruhan jawaban valid peserta

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Baik	5	175	43,64%
Baik	4	185	46,13%
Cukup	3	24	5,99%
Kurang Baik	2	13	3,24%
Tidak Baik	1	4	1,00%
Total valid		401	100,00%



Gambar 4. Distribusi penilaian kepuasan peserta berdasarkan 401 jawaban valid

Kategori Baik memperoleh frekuensi tertinggi, yaitu 185 jawaban (46,13%), diikuti Sangat Baik sebanyak 175 jawaban (43,64%). Gabungan keduanya mencapai 360 jawaban atau 89,77%. Adapun jawaban Cukup, Kurang Baik, dan Tidak Baik berjumlah 41 jawaban atau 10,23%. Skor total mencapai 1.717 dari skor ideal 2.005 sehingga diperoleh rata-rata 4,28 dari 5 dan persentase capaian 85,64%. Berdasarkan kriteria yang digunakan pada evaluasi program, capaian tersebut berada dalam kategori Sangat Baik.

Penilaian positif mengindikasikan bahwa materi dipandang sesuai dengan kebutuhan peserta dan penyampaian kegiatan dapat diterima dengan baik. Peserta memperoleh paparan mengenai potensi usaha, target pelanggan, branding, promosi digital, perhitungan HPP, serta manfaat Google Maps. Meskipun demikian, 10,23% respons yang belum mencapai kategori Baik dan 8,86% respons tidak valid perlu menjadi perhatian. Materi teknis seperti perhitungan HPP, pemilihan aplikasi, dan pengelolaan Google Maps secara mandiri membutuhkan waktu praktik lebih panjang, lembar kerja yang sederhana, serta pendampingan individual.

Hasil evaluasi harus ditafsirkan secara proporsional. Kuesioner terutama menggambarkan reaksi, kepuasan, dan persepsi manfaat setelah kegiatan, bukan bukti kausal mengenai kenaikan

omzet atau daya saing jangka panjang. Oleh karena itu, istilah “penguatan daya saing” dalam kegiatan ini merujuk pada peningkatan kesiapan manajerial dan digital, tersedianya sarana pembayaran serta lokasi digital, dan respons positif peserta. Pengukuran lanjutan diperlukan untuk menilai penggunaan aktif QRIS, status verifikasi profil Google, jumlah transaksi, jangkauan pelanggan, perubahan harga jual, dan perkembangan omzet.

Kontribusi terhadap SDGs 8
Program berkontribusi terutama pada target SDGs 8.3. Pelatihan HPP mendukung aktivitas usaha yang lebih produktif melalui perhitungan biaya dan harga yang terstruktur. Digital marketing dan Google Maps mendukung kreativitas, inovasi, serta keterlihatan UMKM, sedangkan QRIS memperluas akses terhadap layanan keuangan dan ekosistem pembayaran digital. Keterkaitan tersebut memperlihatkan bahwa penguatan UMKM dapat dilakukan melalui integrasi literasi usaha, teknologi pemasaran, dan inklusi keuangan, bukan melalui intervensi yang berdiri sendiri.

Tabel 3. Keterkaitan program dengan target SDGs 8.3

Komponen program	Kapasitas yang diperkuat	Kaitan SDGs 8.3
Pelatihan HPP	Pengelolaan biaya dan penetapan harga	Aktivitas produktif dan pertumbuhan usaha
Digital marketing	Branding, promosi, dan target pelanggan	Kreativitas, inovasi, dan perluasan pasar
Google Maps	Keterlihatan dan akses lokasi usaha	Pertumbuhan serta formalisasi identitas digital usaha
QRIS	Pilihan pembayaran dan kesiapan transaksi digital	Akses terhadap layanan keuangan

SIMPULAN

Pelatihan HPP, materi digital marketing, serta pendampingan QRIS dan Google Maps telah terlaksana pada 20 Agustus 2026 dengan melibatkan 44 responden. Tujuh pelaku UMKM yang sama memperoleh dua layanan digital, yaitu proses pembuatan atau pendaftaran QRIS dan Google Maps. Evaluasi terhadap 401 jawaban valid menghasilkan skor rata-rata 4,28 dari 5, tingkat capaian 85,64%, dan gabungan respons Baik serta Sangat Baik sebesar 89,77%. Hasil ini menunjukkan penerimaan dan kepuasan peserta berada pada kategori Sangat Baik serta menggambarkan peningkatan kesiapan peserta dalam mengelola biaya produksi dan memanfaatkan sarana digital. Program mendukung SDGs 8, khususnya target 8.3, melalui penguatan kewirausahaan, produktivitas UMKM, inovasi digital, dan akses layanan keuangan. Kegiatan lanjutan disarankan berupa klinik HPP per jenis usaha, pemantauan aktivasi dan penggunaan QRIS, penyempurnaan profil Google Business, serta evaluasi perubahan transaksi dan omzet setelah tiga sampai enam bulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Kepala Desa Lebak Wangi, Kepala Dusun Lebak Wangi, pengelola dan jamaah Majelis Ta’lim Nurul Hikmah, para pelaku UMKM Desa Lebak Wangi, Kecamatan Sepatan Timur, Kabupaten Tangerang, serta mahasiswa KKK Kelompok 20 khususnya KKK Divisi Ekonomi atas dukungan, partisipasi, dan kerja sama selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Azlina, N. , Oktari, V. , Desmiyawati, Ratnawati, V. , & Kurnia, P. ., (2026). Pelatihan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kampar. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Natasia, L. , Nala, A. , Fatimah, N. A. , & Azlina, R. N. (2024). Sosialisasi dan pendampingan penerapan QRIS sebagai inovasi pembayaran untuk kemajuan UMKM. *Digulis: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*.
- Priyastiwi, Purwanto, W., & Riauunto, S. (2025). Pelatihan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) pada UMKM kuliner sebagai upaya peningkatan keberlanjutan usaha. . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha*.
- Sari, D. P. P. , Oktarianda, E. P. , Amrullah, R. , Hazihis, S. , Irawan, R. , Cahyani, S. , Astrella, M. S. , & Nadila, A. ., (2025). Strategi digital marketing UMKM: Branding, akses konsumen, dan promosi melalui Google Maps. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*.