ISSN: 2614-6754 (print)
ISSN: 2614-3097(online)

Halaman 8612-8617
Volume 10 Nomor 1 Tahun 2026

# Sosialisasi Penghitungan HPP dan Penerapan Digital Marketing untuk Produk Rumahan bagi Pencari Suaka dan Pengungsi di Kecamatan Cisarua (Berkolaborasi dengan Jrs Indonesia)

**Netty Laura Simbolon[1], Arya Gina Tarigan[2], Mazmur Pardede[3], Dhea Ananda Putri Br Sinulingga[4]**
[1,2,3,4] Universitas Kristen Indonesia
e-mail: netty.laura@uki.ac.id[1], aryagina.tarigan@uki.ac.id[2], mazmur.pardede@uki.ac.id[3], dhea.ananda@uki.ac.id[4]

**Abstrak**

Salah satu wilayah yang menjadi pusat komunitas pengungsi adalah Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Meskipun Indonesia belum meratifikasi Konvensi Pengungsi 1951, keberadaan para pengungsi tersebut merupakan realitas sosial yang tidak terpisahkan dari dinamika masyarakat lokal. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui kolaborasi dengan Jesuit Refugee Service (JRS) Indonesia, sebuah organisasi kemanusiaan yang secara konsisten melakukan pendampingan, pelayanan, dan pembelaan hak-hak pencari suaka dan pengungsi di Indonesia. JRS Indonesia memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi komunitas pengungsi, termasuk melalui pelatihan keterampilan dan penguatan kapasitas individu. Kolaborasi ini memungkinkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara tepat sasaran, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan nyata komunitas dampingan. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan sosial antara masyarakat lokal dan pengungsi, meningkatkan interaksi positif, serta menciptakan manfaat bersama. Pada akhirnya, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kemandirian ekonomi pencari suaka dan pengungsi, tetapi juga mendukung terbentuknya lingkungan sosial yang lebih inklusif, toleran, dan berdaya di Kecamatan Cisarua.

**Kata Kunci :** *HPP, Digital Marketing, Produk Rumahan, Pencari Suaka*

**Abstract**

One of the areas that has become a center for refugee communities is Cisarua District, Bogor Regency. Although Indonesia has not yet ratified the 1951 Refugee Convention, the presence of refugees has become a social reality that is inseparable from the dynamics of the local community. This program was implemented in collaboration with Jesuit Refugee Service (JRS) Indonesia, a humanitarian organization that consistently provides assistance, services, and advocacy for the rights of asylum seekers and refugees in Indonesia. JRS Indonesia plays an important role in the economic empowerment of refugee communities, including through skills training and individual capacity building. This collaboration enabled the community service program to be carried out in a targeted, contextual, and needs-based manner according to the actual conditions of the assisted community. Through an educational and participatory approach, this activity is expected to bridge the social gap between local communities and refugees, enhance positive interaction, and create mutual benefits. Ultimately, this program not only contributes to improving the economic independence of asylum seekers and refugees, but also supports the creation of a more inclusive, tolerant, and empowered social environment in Cisarua District.

**Keywords:** *Cost of Goods Manufactured (HPP), Digital Marketing, Home-Based Products, Asylum Seekers*

## PENDAHULUAN

Indonesia berperan sebagai salah satu negara transit bagi pencari suaka dan pengungsi internasional, khususnya bagi mereka yang berasal dari negara-negara dengan konflik berkepanjangan seperti Afghanistan, Somalia, dan Myanmar (UNHCR, 2023). Salah satu wilayah yang menjadi pusat komunitas pengungsi adalah Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Meskipun Indonesia belum meratifikasi Konvensi Pengungsi 1951, keberadaan para pengungsi tersebut merupakan realitas sosial yang tidak terpisahkan dari dinamika masyarakat lokal (UNHCR, 2023).

Dalam masa penantian penempatan ke negara ketiga, para pencari suaka dan pengungsi di Cisarua menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam akses terhadap pendidikan, layanan kesehatan, serta kesempatan ekonomi yang berkelanjutan (UNHCR, 2023). Secara hukum, pengungsi tidak diperkenankan untuk bekerja secara formal, sehingga sebagian dari mereka berupaya bertahan hidup melalui aktivitas ekonomi berskala kecil, seperti produksi makanan atau produk rumahan. Namun demikian, keterbatasan pengetahuan terkait penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan harga jual yang tepat, serta pemanfaatan digital marketing menjadi hambatan utama dalam mengembangkan usaha tersebut secara berkelanjutan (Mulyadi, 2018).

Di sisi lain, masyarakat lokal di Kecamatan Cisarua juga dihadapkan pada tantangan sosial yang tidak ringan. Minimnya informasi dan interaksi yang konstruktif antara masyarakat lokal dan komunitas pengungsi kerap memunculkan kesalahpahaman, stigma, serta sikap eksklusif. Kondisi ini berpotensi memperlebar kesenjangan sosial, di mana pengungsi dipersepsikan sebagai beban atau pesaing dalam pemanfaatan sumber daya, sementara pengungsi sendiri mengalami kesulitan untuk beradaptasi dan berkontribusi secara positif di lingkungan sekitarnya.

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi penghitungan HPP dan penerapan digital marketing untuk produk rumahan menjadi relevan dan strategis. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan dan kemampuan ekonomi pencari suaka dan pengungsi, tetapi juga mendorong terciptanya hubungan sosial yang lebih harmonis dengan masyarakat lokal. Dengan pemahaman yang baik mengenai penghitungan biaya produksi dan strategi pemasaran digital, produk rumahan yang dihasilkan diharapkan memiliki nilai jual yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui kolaborasi dengan Jesuit Refugee Service (JRS) Indonesia, sebuah organisasi kemanusiaan yang secara konsisten melakukan pendampingan, pelayanan, dan pembelaan hak-hak pencari suaka dan pengungsi di Indonesia. JRS Indonesia memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi komunitas pengungsi, termasuk melalui pelatihan keterampilan dan penguatan kapasitas individu. Kolaborasi ini memungkinkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara tepat sasaran, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan nyata komunitas dampingan.

Secara hukum, pengungsi tidak diperkenankan untuk bekerja secara formal, sehingga sebagian dari mereka berupaya bertahan hidup melalui aktivitas ekonomi berskala kecil, seperti produksi makanan atau produk rumahan. Namun demikian, keterbatasan pengetahuan terkait penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan harga jual yang tepat, serta pemanfaatan digital marketing menjadi hambatan utama dalam mengembangkan usaha tersebut secara berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016). Di sisi lain, masyarakat lokal di Kecamatan Cisarua juga dihadapkan pada tantangan sosial yang tidak ringan. Minimnya informasi dan interaksi yang konstruktif antara masyarakat lokal dan komunitas pengungsi kerap memunculkan kesalahpahaman, stigma, serta sikap eksklusif. Kondisi ini berpotensi memperlebar kesenjangan sosial, di mana pengungsi dipersepsikan sebagai beban atau pesaing dalam pemanfaatan sumber daya, sementara pengungsi sendiri mengalami kesulitan untuk beradaptasi dan berkontribusi secara positif di lingkungan sekitarnya (Jesuit Refugee Service, 2023).

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi penghitungan HPP dan penerapan digital marketing untuk produk rumahan menjadi relevan dan strategis. Program ini tidak hanya bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan dan kemampuan ekonomi pencari suaka dan pengungsi, tetapi juga mendorong terciptanya hubungan

sosial yang lebih harmonis dengan masyarakat lokal. Dengan pemahaman yang baik mengenai penghitungan biaya produksi dan strategi pemasaran digital, produk rumahan yang dihasilkan diharapkan memiliki nilai jual yang lebih kompetitif dan berkelanjutan (Mulyadi, 2018; Kotler & Keller, 2016).

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui kolaborasi dengan Jesuit Refugee Service (JRS) Indonesia, sebuah organisasi kemanusiaan yang secara konsisten melakukan pendampingan, pelayanan, dan pembelaan hak-hak pencari suaka dan pengungsi di Indonesia. JRS Indonesia memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi komunitas pengungsi, termasuk melalui pelatihan keterampilan dan penguatan kapasitas individu. Kolaborasi ini memungkinkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara tepat sasaran, kontekstual, dan berorientasi pada kebutuhan nyata komunitas dampingan.

Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu menjembatani kesenjangan sosial antara masyarakat lokal dan pengungsi, meningkatkan interaksi positif, serta menciptakan manfaat bersama. Pada akhirnya, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kemandirian ekonomi pencari suaka dan pengungsi, tetapi juga mendukung terbentuknya lingkungan sosial yang lebih inklusif, toleran, dan berdaya di Kecamatan Cisarua.

## METODE

Penelitian dilakukan di Pusat Pelatihan JRS (Care the Displaced Children Learning Center), Desa Cisarua, Jawa Barat. Jumlah peserta 40 orang. Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) “Sosialisasi Penghitungan HPP dan Penerapan Digital Marketing untuk Produk Rumahan Bagi Pencari Suaka dan Pengungsi di Kecamatan Cisarua” dilaksanakan secara bertahap dan aplikatif, dengan mempertimbangkan karakteristik peserta, latar belakang pendidikan yang beragam, serta kebutuhan praktis dalam pengembangan usaha produk rumahan. Pendekatan ini mengombinasikan metode ceramah (sosialisasi) dan metode demonstrasi agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan tersebut secara langsung (Sugiyono, 2022). Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PkM ini adalah:

1. Metode ceramah (sosialisasi)
   Metode ceramah (sosialisasi) digunakan sebagai tahap awal untuk memberikan landasan teori dan pemahaman dasar kepada peserta. Pada tahap ini, narasumber menyampaikan materi mengenai konsep penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP), meliputi identifikasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead sederhana yang relevan dengan usaha produk rumahan. Selain itu, peserta juga diberikan pengetahuan dasar mengenai digital marketing, termasuk pengenalan media sosial dan *platform e-commerce* sebagai sarana pemasaran produk yang efektif dan efisien. Penyampaian materi dilakukan secara komunikatif dan kontekstual, disertai contoh sederhana agar mudah dipahami oleh peserta dengan tingkat literasi yang berbeda-beda (Sugiyono, 2022).
2. Metode Demonstrasi
   Metode demonstrasi diterapkan untuk memperkuat pemahaman peserta melalui praktik langsung. Pada tahap ini, tim pengabdian mencontohkan secara rinci cara menghitung HPP berdasarkan studi kasus produk rumahan yang dekat dengan aktivitas peserta. Selain itu, peserta diperlihatkan langkah-langkah penggunaan *platform e-commerce* dan media digital, mulai dari pembuatan akun, pengunggahan produk, penulisan deskripsi produk, hingga strategi promosi sederhana. Melalui metode demonstrasi ini, peserta diharapkan mampu melihat secara langsung proses penerapan teori ke dalam praktik, sehingga meningkatkan keterampilan, kepercayaan diri, dan kesiapan mereka dalam mengelola serta memasarkan produk rumahan secara mandiri.

Dengan penerapan kombinasi metode ceramah dan demonstrasi, kegiatan PkM ini dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Metode tersebut memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan sekaligus penguatan keterampilan praktis, sehingga mendukung tujuan utama kegiatan, yaitu meningkatkan kemandirian ekonomi pencari suaka dan pengungsi serta mendorong partisipasi aktif mereka dalam ekonomi digital secara inklusif.




**Gambar 1. Observasi dengan Mitra**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa sosialisasi penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penerapan digital marketing bagi pencari suaka dan pengungsi di Kecamatan Cisarua dilaksanakan di Pusat Pelatihan JRS (Care the Displaced Children Learning Center) dengan jumlah peserta sebanyak 40 orang. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata peserta dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan, khususnya dalam pengelolaan usaha rumahan dan perluasan akses pasar berbasis digital.

**Tabel 3. Rundown Pelaksanaan PKM**

| Waktu | Durasi | Agenda | Informasi |
|---|---|---|---|
| 09.00 - 10.00 | 60 Menit | Registrasi peserta dan persiapan | ● Tim FEB UKI |
| 10.00 - 12.00 | 120 Menit | Sosialisasi digital marketing | ● Tim FEB UKI |
| 12.00 - 13.00 | 60 Menit | Istirahat dan makan siang | ● All |
| 13.00 - 15.00 | 120 Menit | Pendampingan pembuatan akun platform digital marketing | ● Tim FEB UKI |
| 15.00 - 16.00 | 60 Menit | Diskusi kelompok dan evaluasi | ● All |

1. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi

   Tahap awal kegiatan difokuskan pada pemberian pemahaman dasar mengenai pentingnya pengelolaan usaha yang terencana. Materi mengenai HPP disampaikan agar peserta memahami bahwa penentuan harga jual tidak dapat dilakukan secara perkiraan, melainkan harus didasarkan pada komponen biaya yang nyata, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya pendukung lainnya. Pendekatan ini penting karena sebagian besar peserta sebelumnya menjalankan usaha secara informal tanpa pencatatan biaya yang sistematis. Selain itu, peserta diberikan materi mengenai digital marketing sebagai strategi pemasaran yang relevan dengan perkembangan teknologi dan perilaku konsumen saat ini. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform digital diperkenalkan sebagai sarana promosi yang murah, mudah diakses, dan berpotensi menjangkau konsumen lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional. Bagi peserta yang memiliki keterbatasan mobilitas dan akses kerja formal, pemasaran digital menjadi alternatif yang sangat strategis (World Bank, 2022).



2. Peningkatan Pemahaman Peserta tentang HPP
   Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya memisahkan biaya pribadi dan biaya usaha (Mulyadi, 2018). Sebelumnya, banyak pelaku usaha rumahan mencampurkan pengeluaran rumah tangga dengan modal usaha sehingga sulit mengetahui tingkat keuntungan yang sebenarnya. Setelah sesi pelatihan, peserta mampu mengidentifikasi unsur-unsur biaya produksi dan menyusun perhitungan sederhana untuk menentukan harga jual yang lebih rasional.
   Pemahaman terhadap HPP memberikan dampak positif karena peserta tidak lagi menetapkan harga terlalu rendah yang dapat menimbulkan kerugian, maupun terlalu tinggi yang berisiko menurunkan daya beli konsumen. Dengan demikian, pengetahuan ini berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan peningkatan pendapatan peserta secara bertahap.
3. Peningkatan Keterampilan Digital Marketing
   Pada sesi demonstrasi, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam membuat akun platform digital, mengunggah produk, menulis deskripsi produk, serta memahami teknik promosi sederhana. Metode praktik langsung terbukti efektif karena peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga mempraktikkan langkah-langkah penggunaan media digital secara nyata. Keterampilan ini penting karena banyak produk rumahan memiliki kualitas yang baik, namun belum dikenal pasar akibat keterbatasan promosi. Dengan pemasaran digital, peserta dapat menampilkan produk secara lebih menarik melalui foto, deskripsi, dan interaksi langsung dengan calon pembeli (Kotler & Keller, 2016). Hal ini membuka peluang peningkatan penjualan sekaligus memperluas jaringan pelanggan.
4. Dampak Sosial dan Pemberdayaan Komunitas
   Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Kolaborasi antara perguruan tinggi, organisasi kemanusiaan, dan komunitas pengungsi menciptakan ruang interaksi yang positif dan inklusif. Peserta merasa diperhatikan, dihargai, dan memperoleh kesempatan untuk mengembangkan potensi diri di tengah keterbatasan yang dihadapi. Program ini turut membantu mengurangi stigma sosial terhadap komunitas pengungsi. Melalui kegiatan produktif dan edukatif, pengungsi tidak lagi dipandang sebagai beban sosial, tetapi sebagai individu yang memiliki kemampuan untuk berkarya dan berkontribusi bagi lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, kegiatan ini mendukung terciptanya hubungan yang lebih harmonis antara masyarakat lokal dan komunitas pengungsi di Kecamatan Cisarua.
5. Faktor Pendukung dan Kendala Pelaksanaan
   Keberhasilan kegiatan didukung oleh kerja sama yang baik dengan JRS Indonesia sebagai mitra yang memahami kebutuhan peserta. Pendampingan dari tim pelaksana juga memudahkan proses penyampaian materi sehingga peserta lebih aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung.Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan, seperti perbedaan latar belakang pendidikan peserta, variasi tingkat literasi digital, serta keterbatasan perangkat teknologi yang dimiliki sebagian peserta. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dan pelatihan berkala agar kemampuan yang telah diperoleh dapat terus berkembang dan diterapkan secara optimal.

6. Implikasi Program
   Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan praktis seperti penghitungan HPP dan digital marketing sangat relevan bagi komunitas rentan. Program semacam ini dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi inklusif yang tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat kohesi sosial. Jika dilakukan secara berkelanjutan, kegiatan serupa berpotensi mendorong kemandirian ekonomi peserta serta menciptakan ekosistem usaha mikro yang lebih adaptif terhadap perkembangan era digital (Jesuit Refugee Service, 2023; UNHCR, 2023).

## SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa sosialisasi penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan penerapan digital marketing bagi pencari suaka dan pengungsi di Kecamatan Cisarua telah terlaksana dengan baik serta memberikan manfaat nyata bagi peserta. Program ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas ekonomi komunitas rentan dapat dilakukan melalui pelatihan yang sederhana, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan lapangan.

Pelatihan penghitungan HPP membantu peserta memahami pentingnya pencatatan biaya usaha, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta penentuan harga jual yang lebih tepat. Pemahaman tersebut menjadi dasar penting dalam menciptakan usaha rumahan yang lebih efisien, berkelanjutan, dan berorientasi pada keuntungan yang sehat. Di sisi lain, pelatihan digital marketing memberikan keterampilan baru kepada peserta dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi serta perluasan pasar.

Selain berdampak pada aspek ekonomi, kegiatan ini juga memberikan kontribusi sosial melalui terciptanya interaksi yang lebih positif antara komunitas pengungsi, lembaga pendamping, dan perguruan tinggi. Program ini membuktikan bahwa pengungsi memiliki potensi untuk berkembang, berkarya, dan berkontribusi apabila diberikan akses pengetahuan serta ruang pemberdayaan yang memadai.

Keberhasilan program didukung oleh kolaborasi yang baik dengan JRS Indonesia serta antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung. Namun, masih terdapat tantangan berupa perbedaan tingkat pendidikan, literasi digital, dan keterbatasan sarana pendukung. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan, monitoring berkala, dan pengembangan program serupa secara berkesinambungan agar dampak pemberdayaan ekonomi dan sosial yang dihasilkan dapat semakin optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Jesuit Refugee Service. (2023). *Annual report: Accompany, serve, and advocate*. Jesuit Refugee Service.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Mulyadi. (2018). *Akuntansi biaya* (5th ed.). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

United Nations High Commissioner for Refugees. (2023). *Global trends: Forced displacement in 2023*. UNHCR. https://www.unhcr.org

World Bank. (2022). *Digital development overview*. World Bank Group. https://www.worldbank.org

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran strategik*. Andi Publisher.