



**IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN TAHAP AWAL BERBASIS SDGS PADA
PERANCANGAN PROTOTIPE PRODUK SKINCARE**

*Implementation of Early-Stage SDGs-Based Entrepreneurship in the Design of Skincare
Product Prototypes*

**Sinta Ramaiyanti^{1*}, Fitri Humairoh², Nurrahma Dewi³, Suci Nurulita⁴, Rahmat Junaidi⁵,
Fitri⁶**

¹Prodi S1 Akuntansi Universitas Riau, ²Prodi S1 Akuntansi Universitas Riau, ³Prodi S1
Akuntansi Universitas Riau, ⁴Prodi S1 Akuntansi Universitas Riau, ⁵Prodi S1 Manajemen
Universitas Riau, ⁶Prodi S1 Manajemen Universitas Riau

*Kampus Bina Widya KM. 12,5, Jalan HR. Soebrantas, Kelurahan Simpang Baru, Kecamatan Bina
Widya, Kota Pekanbaru, Riau 28293*

*Alamat Korespondensi: sinta.ramaiyanti@lecturer.unri.ac.id

(Tanggal Submission: 21 Januari 2026, Tanggal Accepted : 29 Juni 2026)



Kata Kunci :

*UMKM
Kosmetik, SOP
Produksi, Literasi
Keuangan,
SIAPIK, SDGs
Entrepreneurship*

Abstrak :

Industri kosmetik di Indonesia terus berkembang pesat, tetapi banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam hal legalitas, standar produksi, dan pengelolaan keuangan. Akibatnya, potensi usaha mereka belum bisa berkembang secara maksimal karena kurangnya pengetahuan teknis dan kesadaran akan pentingnya tata kelola yang baik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat kesiapan operasional UMKM dibidang skincare dengan pendekatan kewirausahaan tahap awal yang mengacu pada SDGs. Kegiatan ini meliputi pendampingan intensif dalam penyusunan SOP produksi sesuai GMP, edukasi tentang perizinan BPOM dan sertifikasi halal, pelatihan keuangan menggunakan aplikasi SIAPIK, serta penguatan identitas digital melalui pembuatan website. Hasilnya, pemahaman tentang legalitas dan standar mutu meningkat, alur produksi menjadi lebih sistematis, dan skor literasi keuangan naik hingga 400% pada aspek penyusunan laporan keuangan dan perhitungan HPP. Identitas digital usaha juga menjadi lebih kredibel berkat website yang menonjolkan nilai keberlanjutan dan keamanan produk. Secara keseluruhan, kegiatan ini membantu UMKM beralih dari tahap pra-produksi ke kesiapan validasi usaha sesuai standar industri. Program ini dapat diterapkan pada UMKM kosmetik lain yang menghadapi tantangan serupa.

Key word :

*Cosmetic MSMe,
Production SOP,
Financial*

Abstract :

The cosmetic industry in Indonesia has shown rapid growth, yet most MSMEs still struggle with regulatory compliance, standardized production systems, and financial management. These constraints hinder their business scalability due

Literacy, Siapik,
SDGs
Entrepreneurship

to the lack of technical knowledge and structured governance. This community service program was conducted to strengthen the operational readiness of the skincare MSME "RAUME" through an SDGs-based early-stage entrepreneurship approach. The implementation involved intensive mentoring, including the development of GMP-based production SOPs, education on BPOM licensing and halal certification, financial literacy training using the SIAPIK application, and digital branding through website development. The results indicated a significant improvement in regulatory awareness and quality assurance, the establishment of a systematic production workflow, and a 400% increase in financial literacy scores related to financial reporting and cost of goods calculation. Furthermore, the digital identity of the business became more credible through a website that reflects sustainability and product safety values. Therefore, the program successfully transformed the MSME from a pre-production phase into an industry-standard validation stage. This model is highly replicable for other cosmetic MSMEs facing similar challenges.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Ramaiyanti, S., Humairoh, F., Dewi, N., Nurulita, S., Junaidi, R., & Fitri. (2026). Implementasi Kewirausahaan Tahap Awal Berbasis SDGs pada Perancangan Prototipe Produk Skincare. *Jurnal Abdi Insani*, 13(6), 1198-1208. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i6.3828>

PENDAHULUAN

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, ditopang oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan kulit dan gaya hidup sehat. Menurut Ferdinand & Ciptono (2022), Pertumbuhan sektor kosmetik Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh tren estetika, tetapi juga oleh peningkatan akses digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Data Kementerian Perindustrian (2024) mencatat terdapat lebih dari 1.500 pelaku usaha kosmetik, dengan 89% di antaranya merupakan usaha mikro dan kecil. Kontribusi UMKM dalam industri ini sangat strategis karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan Produk Domestik Bruto. Menurut (Tambunan, 2019) struktur ekonomi berbasis UMKM di Indonesia masih memiliki potensi besar untuk dikembangkan apabila diberikan intervensi yang tepat pada aspek literasi dan tata kelola. Namun, berbagai studi menunjukkan daya saing UMKM masih terhambat oleh keterbatasan literasi keuangan, rendahnya adopsi digital, serta tantangan dalam memenuhi regulasi usaha. Hal ini sejalan dengan temuan Hasan *et al.* (2024) yang menyebutkan bahwa kurangnya dokumentasi keuangan dan ketidakteraturan administrasi menjadi hambatan utama untuk naik kelas.

Permasalahan tersebut banyak dialami UMKM. Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut adalah Raume. Sebuah UMKM industri skincare lokal di Pekanbaru masih berada pada tahap pra-operasional. Menurut (Situmorang *et al.*, 2024) kondisi pra operasional seperti ini umum terjadi pada UMKM kecantikan karena minimnya pendampingan legalitas dan produksi. Kondisi awal Raume sebelum dilakukan pendampingan terlihat belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) produksi, sistem pencatatan keuangan, kanal pemasaran digital, maupun legalitas usaha. Sugibayashi *et al.* (2019) menegaskan bahwa ketidaksiapan dokumen produksi dan sertifikasi halal/BPOM dapat menghambat masuknya produk ke pasar modern. Kondisi ini menjelaskan temuan Hasan *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan dan minimnya digitalisasi merupakan hambatan utama bagi keberlanjutan UMKM di Indonesia.

Literatur terdahulu memperkuat urgensi intervensi pada tiga aspek utama tentang digitalisasi, manajemen keuangan, dan legalitas. Pada aspek produksi, Widjanarko & Anggoro (2021) membuktikan bahwa kepatuhan terhadap Good Manufacturing Practices (GMP) yang dituangkan ke dalam Standar Operasional Prosedur berdampak langsung pada efisiensi dan kualitas produk kosmetik, sementara Supardi & Hutabarat (2025) menekankan kepatuhan regulasi kosmetik sebagai instrumen perlindungan konsumen. Dari sisi keuangan, Hasan *et al.* (2024) dan Suidarma *et al.* (2024), sama-sama menegaskan bahwa literasi keuangan digital meningkatkan akuntabilitas usaha dan membuka akses

pembiayaan formal, sehingga relevan untuk pelatihan pencatatan keuangan dengan aplikasi SIAPIK. Malau (2025) juga menunjukkan efektivitas penerapan SIAPIK dalam menjaga konsisten pencatatan kas harian pada UMKM. Pada aspek pemasaran, Rahayu & Day (2017) menunjukkan bahwa adopsi e-commerce meningkatkan penetrasi pasar UMKM di negara berkembang, sehingga relevan sebagai dasar pengembangan website RAUME. Dwivedi *et al.* (2021) menambahkan bahwa digital marketing kini menjadi determinan utama keberhasilan UMKM, yang mendukung strategi pendampingan berbasis media digital.

Selain kajian akademis, sejumlah program pengabdian masyarakat (PKM) serupa pernah dilakukan sebelumnya. Ramadhan *et al.* (2024) menunjukkan bahwa optimalisasi strategi digital marketing pada UMKM berdampak positif pada perluasan jangkauan pasar dan peningkatan penjualan, sehingga membuktikan relevansi strategi ini untuk RAUME. Widiastuti *et al.* (2022), menekankan bahwa literasi keuangan digital terbukti meningkatkan keteraturan pencatatan usaha kecil, yang mendukung urgensi pelatihan SIAPIK dalam program ini. Sementara itu, Kader *et al.* (2025), memperlihatkan bahwa adopsi pemasaran berbasis website dan media digital mampu memperkuat branding serta memperluas jangkauan konsumen UMKM, sehingga relevan untuk intervensi website RAUME.

Kegiatan diawali dengan tahap identifikasi dan analisis kebutuhan mitra. Tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM untuk mengetahui kondisi aktual usaha, termasuk tantangan yang dihadapi. Dari hasil identifikasi dilakukan analisis kebutuhan dan perancangan kegiatan/program intervensi yang disesuaikan dengan karakteristik dan kapasitas mitra.

Solusi yang diberikan untuk menjawab permasalahan utama UMKM Raume berfokus pada 3 segmen yang terdiri dari :

1. manajemen produksi yaitu pendampingan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) dengan berdasarkan prinsip Good Manufacturing Practice (GMP) serta memberikan pelatihan sederhana terkait produksi.
2. Pengelolaan keuangan, dilakukan dengan pelatihan pencatatan keuangan Digital menggunakan aplikasi SIAPIK. untuk membantu UMKM yang berfungsi sebagai alat pencatatan keuangan yang mudah digunakan oleh pelaku UMKM
3. pemasaran, dilakukan pembangunan dan Optimalisasi website.

Program pengabdian ini dirancang untuk menjawab permasalahan RAUME dengan mengintegrasikan pendekatan early-stage entrepreneurship berbasis kerangka Sustainable Development Goals (SDGs). SDG 8 menekankan penciptaan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, SDG 9 menekankan inovasi industri dan digitalisasi, SDG 12 menekankan praktik produksi yang berkelanjutan dan sesuai regulasi, sedangkan SDG 16 menekankan tata kelola usaha yang transparan dan legal (Kementerian PPN/Bappenas, 2021).

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada bulan Agustus–September 2025. Objek yang menjadi kegiatan ini adalah UMKM RAUME Skincare yang berlokasi di Jalan Lumba-Lumba kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Pemilihan UMKM didasarkan pada profil mitra yang masih berada pada tahap pra-operasional, sehingga sangat relevan dengan tujuan kegiatan yaitu membangun kapasitas kewirausahaan awal berbasis SDGs. Menurut Situmorang *et.al* (2024) pendekatan penguatan kelembagaan UMKM pra-operasional harus dimulai dari penataan fondasi manajemen.

Kegiatan pelaksanaan ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) dan praktik langsung (*learning by doing*), yang memungkinkan pelaku UMKM untuk belajar sekaligus menerapkan materi yang diberikan secara langsung dalam kegiatan usahanya. (Hakim & al., 2023) menjelaskan model pelatihan berbasis partisipatif terbukti meningkatkan retensi implementasi hingga 60% karena peserta terlibat langsung dalam proses perumusan solusi. Setiap tahapan kegiatan dirancang agar sesuai dengan kebutuhan nyata mitra UMKM, dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), SDG 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur), serta SDG 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung

jawab). Menurut Gupta dan Vegelin (2016) integrasi prinsip SDGs, dalam model pendampingan ekonomi lokal memungkinkan keberlanjutan dampak setelah program selesai. Secara teknis, metode pelaksanaan terdiri dari tiga segmen utama sebagai berikut.

a. Segmen Manajemen Produksi

Pendampingan difokuskan pada penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi sesuai prinsip Good Manufacturing Practice (GMP). Kegiatan ini dilakukan dengan penyampaian materi mengenai alur kerja produksi kosmetik yang baik disertai praktik penyusunan SOP langsung bersama mitra dan pihak maklon. Penerapan GMP pada UMKM kosmetik mampu menurunkan risiko ketidaksesuaian mutu hingga 30% apabila didokumentasikan dalam bentuk SOP tertulis (Widjanarko & Anggoro, 2021). Proses penyusunan SOP dilakukan secara bertahap dengan melibatkan analisis kebutuhan produksi, pemilihan malon sesuai kriteria CPKB, penyusunan alur kerja produksi, penetapan titik kendali mutu, penyusunan draft SOP serta validasi bersama pihak maklon. Chen et al. (2019) menyatakan bahwa keterlibatan mitra produksi dalam penyusunan SOP meningkatkan komitmen implementasi di lapangan.

Berikut ini tahapan pelaksanaan yang terdiri dari beberapa langkah sistematis sebagai berikut :

1. Tahap Analisis kondisi dan kebutuhan produksi.
Kegiatan ini menghasilkan panduan yang mengatur alur komunikasi, tahapan produksi serta titik pengawasan antara pihak Raume dan Maklon.
2. Tahap Identifikasi dan seleksi Maklon
Kriteria pemilihan meliputi : Kepemilikan izin CPKB sesuai standar BPOM, kapasitas produksi sesuai volume pesanan awal, dan memiliki kemampuan menyediakan layanan uji stabilitas dan pengujian mutu.
3. Tahap Penyusunan alur produksi dan titik kendali Mutu
Kegiatan ini dilakukan untuk menyusun alur kerja produksi skincare yang menghasilkan flowchart produksi dengan menggunakan jasa maklon yang mencakup; Formulasi dan pembuatan sampel awal, uji stabilitas dan persetujuan sampel, pengadaan bahan baku dan kemasan, produksi massal dan pengemasan, pengujian mutu akhir dan pelaporan hasil serta pengiriman produk ke pihak Raume. Dari alur ini juga ditetapkan titik kendali mutu (Critical Control Points).
4. Tahap Penyusunan Draft SOP Produksi
Draft SOP mencakup; tujuan dan ruang lingkup kerja sama, prosedur dan komunikasi dan pelaporan produksi, pembagian tanggung jawab antara Raume dan pihak maklon, standar uji mutu dan dokumen pendukung serta produksi koreksi jika terjadi ketidaksesuaian hasil produksi.
5. Tahap Validasi dan Uji Coba SOP
SOP yang telah disusun kemudian dikonsultasikan dengan pihak Maklon. Dilakukan validasi agar seluruh isi SOP sesuai dengan sistem kerja maklon dan tidak bertentangan dengan regulasi internal mereka. Apabila telah disetujui, SOP akan digunakan dalam batch produksi perdana Produk Raume.

b. Segmen Keuangan

Pada segmen ini mitra diberikan pelatihan penggunaan aplikasi SIAPIK untuk pencatatan keuangan digital. Pelatihan dilakukan dengan pendekatan coaching dan simulasi agar peserta memahami alur pencatatan kas masuk, kas keluar, aset, HPP dan laporan laba rugi otomatis. Penggunaan aplikasi SIAPIK terbukti mampu meningkatkan akurasi pencatatan transaksi harian UMKM hingga 80% (Malau, 2025).

Setelah pelatihan peserta diberikan template dan buku panduan penggunaan SIAPIK agar dapat diterapkan secara mandiri. Suidarma et.al (2024) menegaskan bahwa keberhasilan literasi keuangan tidak hanya ditentukan oleh materi pelatihan, tetapi juga oleh ketersediaan alat bantu praktis.

c. Segmen Pemasaran

Segmen ini berfokus pada penguatan identitas digital melalui pembangunan website RAUME sebagai minimum *viable branding asset*. Websiter dikembangkan oleh tenaga profesional dengan pendekatan visual modern dan narasi berbasis keberlanjutan. Rahayu & Day (2017) mengungkapkan eksistensi website sebagai kanal digital resmi meningkatkan kredibilitas usaha kecil dalam proses pembentukan kepercayaan konsumen. Narasi website disusun berdasarkan hasil FGD dan kerangka SDGs agar dapat merepresentasikan nilai keberlanjutan dan keamanan produk. pemasaran. Dwivedi *et al.* (2021) menambahkan bahwa digital branding berbasis narasi nilai (*value-driven branding*) lebih efektif dibanding pemasaran berbasis promosi harga. Target pencapaian dari kegiatan ini adalah identitas brand serta platform edukatif berbasis digital. Penggunaan website Raume dikembangkan sebagai minimum *viable Branding asset*, yakni kanal edukasi awal untuk menyampaikan identitas dan arah brand sebelum memasuki fase komersial. Secara teknis, website dirancang oleh tenaga Ahli profesional agar memiliki tampilan yang modern, responsif, selaras dengan positioning brand.

Indikator yang digunakan untuk mengetahui keberhasilan program yang dilakukan adalah dengan Tersedianya SOP/Flowchart produksi pra operasional tertulis, proses legalitas sudah dimulai, peningkatan keterampilan dan pemahaman UMKM terhadap laporan keuangan berbasis SIAPIK, tersedianya template penggunaan aplikasi SIAPik yang sesuai dengan RAUME serta panduan singkat penggunaan, dan serta ketersediaan website aktif yang dapat meningkatkan visibilitas produk. Tujuan program ini adalah Meningkatkan kualitas produksi UMKM melalui SOP standar, Meningkatkan literasi keuangan dan penerapan pencatatan berbasis digital serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital (website). Kegiatan ini diarahkan kepada tahap *early stage entrepreneurship* yang berfokus pada efisiensi dan validasi struktur dasar usaha.

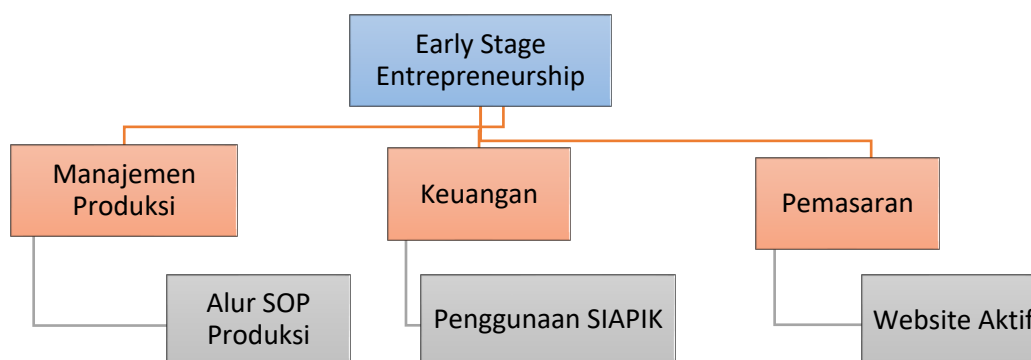
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan segmen, yaitu: Manajemen produksi, keuangan dan pemasaran. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas usaha mitra dalam aspek operasional, legalitas, keuangan, dan pemasaran.

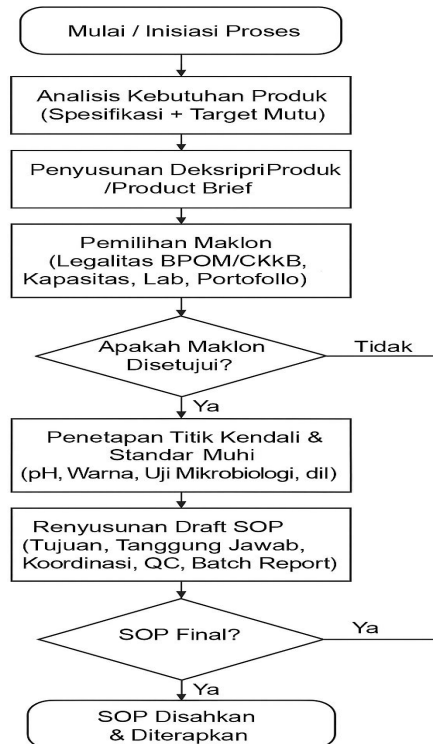
Hasil Segmen Manajemen Produksi

Dari hasil wawancara dan observasi, Pemilik UMKM Raume belum memiliki dokumen standar produksi dan sistem pengawasan mutu. Kegiatan ini dilakukan dengan pendampingan penyusunan SOP bersama pihak maklon. Pendampingan penyusunan SOP berbasis GMP dapat menurunkan risiko kegagalan produksi dan meningkatkan efisiensi koordinasi antara UKM dan penyedia jasa maklon.

Hasil yang diperoleh dari pendampingan ini adalah Ketersediaan alur penyusunan SOP Produksi Skincare Raume yang menggunakan jasa Maklon, serta peningkatan pemahaman manajerial UMKM khususnya dalam pengawasan mutu dan komunikasi antar pihak. Chen *et al.* (2019) menyatakan bahwa keterlibatan aktif UMKM dalam penyusunan SOP meningkatkan kepatuhan implementasi karena pelaku usaha merasa proses tersebut.



Gambar 1. Program Kegiatan Pengabdian



Gambar 2. Flowchart Penyusunan SOP Produksi Sincare

Hasil Segmen Keuangan

Kondisi awal UMKM yang berada pada fase pra-operasional tentunya belum memiliki sistem pencatatan keuangan. Kegiatan pada segmen ini dilakukan dengan pendekatan coaching penggunaan alikasi SIAPIK, penyusunan template dan buku panduan. Menurut malau (2025) penggunaan SIAPIK secara konsisten mampu meningkatkan akurasi pencatatan transaksi harian hingga 80% pada UMKM skala mikro. Peningkatan keterampilan dan pemahaman penyusunan laporan keuangan terlihat dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan lonjakan skor signifikan. Suidarma *et al.* (2024) menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan yang diukur melalui peningkatan skor post test merupakan indikator valid keberhasilan program pelatihan.

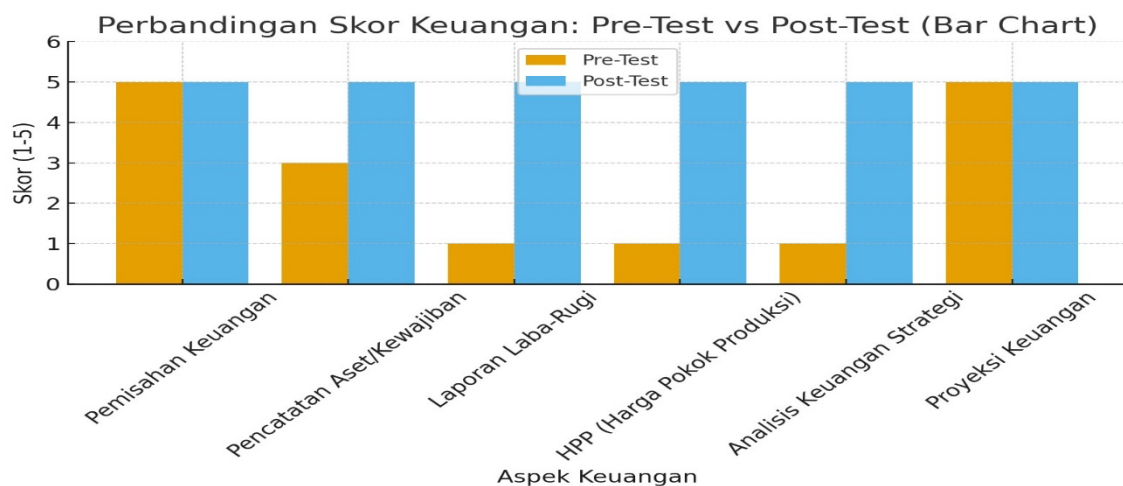
Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test Kegiatan Segmen Keuangan

No	Pertanyaan Keuangan (Redaksi Standar Pre-Test)	Skor Pre	Skor Post	Selisih	Interpretasi
1	Saya dapat memisahkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi.	5	5	0	Sudah disiplin sejak awal & konsisten
2	Saya memiliki pemahaman tentang pentingnya pencatatan aset dan kewajiban usaha.	3	5	+2	Peningkatan kesadaran pencatatan finansial
3	Saya bisa menyusun laporan laba-rugi bulanan sederhana.	1	5	+4	<i>Lonjakan signifikan — dari tidak bisa → sangat yakin</i>
4	Saya mengetahui cara menghitung harga pokok produksi (HPP) per produk.	1	5	+4	Awalnya belum paham HPP, kini sangat yakin

5	Saya mampu membaca laporan keuangan untuk menentukan strategi promosi atau harga.	1	5	+4	Sudah mampu gunakan data untuk keputusan bisnis
6	Saya dapat membuat proyeksi keuangan sederhana (rencana pemasukan dan pengeluaran).	5	5	0	Sudah bisa sejak awal, tinggal dipertahankan
7	Saya sudah mulai menggunakan aplikasi/alat digital untuk pencatatan keuangan. <i>(Tambahan Post-Test)</i>	—	5	—	<i>Indikasi adopsi teknologi keuangan</i>
8	Saya merasa literasi keuangan saya meningkat setelah mengikuti program ini. <i>(Tambahan Post-Test)</i>	—	5	—	<i>Konfirmasi self-efficacy meningkat</i>

Pasca pelatihan, seluruh indikator keuangan yang sebelumnya berada pada kategori rendah meningkat secara drastis menjadi skor maksimum (skor 5). Peningkatan sebesar 400% pada tiga indikator inti — yaitu penyusunan laporan laba-rugi, perhitungan HPP, dan analisis laporan keuangan untuk strategi harga/promosi — menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis simulasi dan studi kasus yang digunakan dalam pelatihan efektif dalam mengonversi pengetahuan pasif menjadi *applied financial competence*.

Selain peningkatan kuantitatif, munculnya dua indikator baru pada Post-Test — yakni penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital dan peningkatan literasi keuangan secara subjektif — menandakan bahwa pelatihan tidak hanya membangun kemampuan teknis, tetapi juga mendorong perubahan perilaku (*behavioural transformation*) dalam pengelolaan keuangan usaha.



Gambar 3. Hasil Post test dan Pre Test tingkat pemahaman UMKM Raume

Setelah melakukan Coaching kepada UMKM Raume Skincare, selanjutnya tim pengabdian menyusun template dan panduan yang akan digunakan nantinya ketika UMKM memulai kegiatan operasionalnya. Berikut tabel template penggunaan aplikasi SIAPik.

Tabel 2. Template Penggunaan Aplikasi SIAPik

Menu (aplikasi SIAPik)	Fungsi
Menu pencatatan kas masuk/Keluar	Untuk mencatat semua pemasukkan usaha (Penjualan, tambahan modal, dll)
Menu pencatatan Kas Keluar	Untuk mencatat semua pengeluaran (bahan baku, ongkos, operasional)
Menu Biaya produksi /Modal	Untuk mencatat pembelian bahan baku/alat
Menu Laporan laba/rugi otomatis	Menghitung hasil usaha dari selisih pemasukan dan pengeluaran
Menu hutang/Piutang	Untuk mencatat transaksi non tunai
Menu grafik	Menampilkan performa usaha secara visual
Laporan tahunan/Bulanan	Fitur rekap Otomatis

Untuk penggunaan Aplikasi SIAPik, Tim Pengabdian menyusun buku panduan yang bisa digunakan oleh Raume. Dengan perincian panduan sebagai berikut :

a. Persiapan Awal

Sebelum memulai, UMKM perlu menyiapkan beberapa data dasar, yaitu identitas usaha (nama, alamat, dan sektor usaha), daftar kas/bank, daftar barang/jasa, daftar pelanggan dan pemasok, serta saldo awal (kas, persediaan, piutang, utang, dan modal). Data ini menjadi fondasi agar laporan yang dihasilkan merepresentasikan kondisi usaha dengan tepat.

b. Pembuatan Profil Usaha

Setelah aplikasi terpasang, UMKM melakukan registrasi dan membuat profil usaha. Pada tahap ini ditentukan sektor usaha (misalnya perdagangan, jasa, atau manufaktur), periode pembukuan (umumnya Januari–Desember), serta input saldo awal sesuai kondisi riil.

c. Pengisian Master Data

Tahap berikutnya adalah mengisi master data. Kas/bank dicatat sebagai sumber dana, daftar barang/jasa dimasukkan untuk memudahkan pencatatan penjualan, dan daftar pelanggan maupun pemasok diinput agar piutang dan utang dapat tercatat otomatis.

d. Pencatatan Transaksi Harian

SIAPik menyediakan menu Penerimaan dan Pengeluaran yang dirancang sederhana sesuai kebutuhan UMKM.

- Penerimaan mencakup penjualan tunai, penjualan kredit, penerimaan pelunasan piutang, serta setoran modal.
- Pengeluaran mencakup pembelian bahan baku, pembelian kredit, pembayaran utang, biaya operasional (listrik, iklan, ongkir, gaji), hingga pembelian aset tetap. Selain itu, SIAPik mendukung pencatatan pemindahan dana antar kas dan bank.

e. Pencatatan Persediaan

Jika digunakan, fitur stok/persediaan akan menambah otomatis barang saat ada pembelian dan mengurangi saat penjualan. Fitur *stock opname* dapat digunakan untuk menyesuaikan data dengan kondisi fisik.

f. Pembuatan Laporan Keuangan

Setiap transaksi yang tercatat secara otomatis terintegrasi dalam laporan keuangan. SIAPik menghasilkan laporan laba rugi (pendapatan, HPP, dan laba bersih), neraca (aset, kewajiban, dan modal), laporan arus kas, serta buku besar dan jurnal.

g. Tutup Buku Bulanan

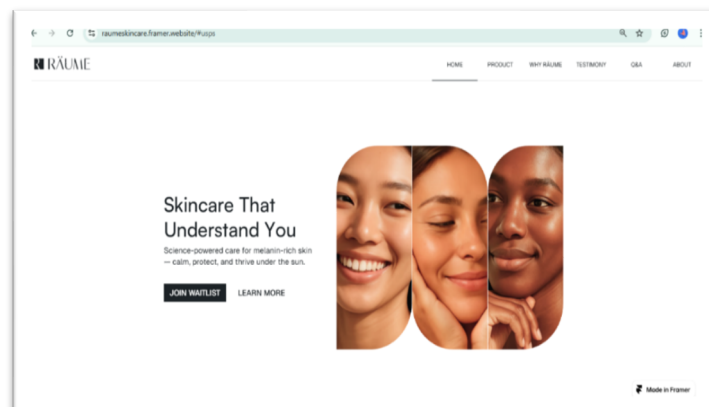
Pada akhir bulan, dilakukan tahapan *closing* yang mencakup rekonsiliasi kas dan bank, pemeriksaan piutang dan utang, pencatatan biaya periodik, serta pengarsipan laporan keuangan. Tahap ini memastikan bahwa laporan yang dihasilkan siap digunakan untuk evaluasi internal maupun akses pembiayaan eksternal.



Gambar 4. Coaching Aplikasi SIAPik

Hasil Segmen Pemasaran Digital Berbasis Website

Dalam segmen pemasaran, UMKM yang berada pada fase pra-operasional belum memiliki sistem pemasaran. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan kurasi pesan brand dan penyusunan website sebagai *minimum viable branding aset*. Rahayu dan Day (2017) mengungkapkan website resmi meningkatkan kredibilitas UMKM dimata konsumen karena dianggap sebagai bentuk legitimasi usaha. Hasil dari pendampingan adalah tersedianya Website Raume yang dapat diakses secara publik melalui <https://raume-staging.framer.website>. Website menampilkan narasi berbasis keberlanjutan dan kepercayaan konsumen. Dwivedi et.al (2021) menjelaskan bahwa brand awareness pada UMKM lebih efektif dibangun melalui kanal digital yang menyajikan narasi nilai, bukan sekedar promosi produk.



Gambar 5. Tangkapan Layar Website Raume

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil menggeser UMKM dari fase pra-operasional menuju tahap kesiapan validasi usaha berbasis standar industri. Transformasi ini dicapai melalui pendekatan terpadu yang mencakup penyusunan SOP Produksi GMP, pelatihan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi SIAPik serta penguatan identitas digital melalui pengembangan website. Menurut Gupta dan Vegelin (2016), keberhasilan intervensi ekonomi lokal tidak hanya ditentukan oleh peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga oleh integrasi nilai keberlanjutan dalam proses bisnis.

Agar manfaat dari program dapat terus berlanjut diperlukan strategi tindak lanjut tidak hanya berfokus pada pelatihan, tetapi memastikan penerapan hasil pendampingan secara nyata. Salah satu langkah penting adalah memastikan bahwa SOP produksi yang telah disusun tidak berhenti sebagai dokumen administratif, tetapi diuji melalui produksi nyata. Chen *et al.* (2019) menegaskan bahwa efektivitas SOP hanya dapat diukur setelah diuji dalam kondisi operasional sebenarnya. Selain itu, keberlanjutan pendampingan pada aspek keuangan dan pemasaran digital perlu dijaga agar UMKM tidak kembali ke pola kerja informal. Menurut Hakim *et al.* (2023) pendampingan lanjutan secara

berkala berkontribusi terhadap peningkatan konsistensi penerapan hasil pelatihan pada UMKM hingga 60%.

Dengan kesinambungan pendampingan teknis, finansial dan pemasaran, UMKM diharapkan tidak hanya berkembang sebagai produsen, tetapi juga sebagai brand yang kredibel dan kompetitif sehingga mampu bersaing dipasar nasional bahkan global.



Gambar 6. FGD survey Preferensi Konsumen dan Pendalaman Problem

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Riau yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini melalui skema Program Pengembangan Produk Lokal Dana Dipa Tahun Anggaran 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Y. (2019). Critical Control Points in Cosmetic Manufacturing Among SMEs. *Journal of Cosmetic Science*, 70(4), 215–224.
- Dwivedi, Y. K., & Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Digital and Social Media Marketing: Current Trends and Future Directions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Ferdinand, M. & Ciptono, W. S. (2022). Indonesia's Cosmetics Industry Attractiveness, Competitiveness and Critical Success Factor Analysis. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 15(2), 209–223.
- Hakim, F. (2023). Model Pelatihan Partisipatif untuk Peningkatan Kapasitas UMKM. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 115–123.
- Hasan, R. (2024). Penguatan Literasi Keuangan Digital pada UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1), 55–63.
- Malau, E. I. (2025). Implementasi Aplikasi SIAPIK sebagai Alat Pencatatan Keuangan UMKM. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 155–164.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41.
- Ramadhan, A. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing pada UMKM Berbasis Produk Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12(3), 77–85.
- Situmorang, T. P., & Adindarena, V. D., Pandarangga, S., Djadi, O. U., Pekuwali, A. A., & Mira, T. S. D, N. B. (2024). Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM Sub Sektor Kriya Melalui Literasi Keuangan dan Adaptasi Teknologi Digital. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 90–96.
- Sugibayashi, K., Yusuf, E., Todo, H., Dahlizar, S., Sakdiset, P., Jr Arce, F., & Lee, G. L. (2019). Halal Cosmetics: A Review on Ingredients, Production, and Testing Methods. *Cosmetics*, 6(3), 37. <https://doi.org/10.3390/cosmetics6030037>

- Suidarma, I. (2024). Transformasi Digital dalam Literasi Keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan UMKM*, 6(2), 44–51.
- Supardi, H., & Hutabarat, M. (2025). Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Industri Kosmetik. *Jurnal Regulasi Dan Kebijakan Industri*, 7(1), 12–20.
- Tambunan, T. (2019). Recent Evidence of the Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0139-6>
- Widjanarko, R. A. K., & Anggoro, Y. (2021). Evaluation of GMP Compliance on Cosmetics: Case Study on Cosmetic Industries in Indonesia. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(2), 150–160.