

Pendampingan Penyusunan Sistem Pencatatan Transaksi *E-commerce* Berbasis Google Spreadsheet pada UMKM Baby Reiga Kota Surakarta

Tri Ratna Pamikatsih^{*1}, Dewi Ika Octavia², Adeviani Fiardhani³

^{1,2}Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

³Profesi Akuntan, Institut Keuangan-Perbankan Dan Informatika Asia Perbanas, Indonesia

*e-mail: triratna.pamikatsih@gmail.com¹

Abstrak

Perkembangan *e-commerce* telah memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Di sisi lain, mekanisme *settlement* dan berbagai potongan biaya, seperti biaya administrasi dan promosi, sering kali menimbulkan kesulitan dalam pencatatan transaksi sehingga informasi omzet yang dihasilkan menjadi kurang akurat. Hal ini juga dihadapi oleh UMKM Baby Reiga yang selama ini hanya mencatat dana bersih yang diterima dari platform *e-commerce* tanpa memisahkan nilai penjualan bruto dan berbagai potongan yang dikenakan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemilik Baby Reiga dalam melakukan pencatatan transaksi berbasis *e-commerce*. Metode yang digunakan meliputi observasi, sosialisasi, pendampingan penyusunan template menggunakan Google Spreadsheet, serta evaluasi. Luaran kegiatan berupa template pencatatan transaksi *e-commerce* yang memuat penjualan bruto, biaya administrasi, potongan promosi, dan dana bersih yang diterima. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pemilik Baby Reiga mampu membedakan omzet penjualan bruto dengan dana bersih yang diterima *e-commerce*, mengidentifikasi biaya administrasi, biaya layanan, serta potongan promosi secara terpisah. Pencatatan transaksi secara mandiri menggunakan template Google Spreadsheet juga dapat dilakukan dengan baik oleh pemilik Baby Reiga. Dengan demikian penerapan template ini berhasil meningkatkan pemahaman terhadap mekanisme *settlement e-commerce* sehingga informasi keuangan menjadi lebih akurat sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Kata Kunci: E-Commerce, Omzet, Pencatatan Akuntansi, Transaksi Penjualan, UMKM

Abstract

The rapid growth of *e-commerce* has created opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to expand their market reach and increase sales volume. However, settlement mechanisms and various deductions, such as administrative fees and promotional discounts, often create challenges in transaction recording, resulting in less accurate revenue information. This issue was also experienced by Baby Reiga MSME, which had only recorded the net funds received from the *e-commerce* platform without distinguishing between gross sales and the various deductions applied. This activity aimed to improve the owner's ability to record *e-commerce* transactions accurately and systematically. The methods employed included observation, socialization, assistance in developing a transaction recording template using Google Sheets, and evaluation. The output of this activity was an *e-commerce* transaction recording template that includes gross sales, administrative fees, promotional deductions, and net funds received. The results showed that the owner of Baby Reiga MSME was able to distinguish between gross sales revenue and net funds received from the *e-commerce*, as well as separately identify administrative fees, service fees, and promotional discounts. Independent transaction recording using the Google Sheets template was also successfully carried out by the owner. Consequently, the implementation of this template successfully improved understanding of *e-commerce* settlement mechanisms, resulting in more accurate financial information to support business decision-making.

Keywords: Accounting Records, E-Commerce, MSMEs, Revenue, Sales Transactions.

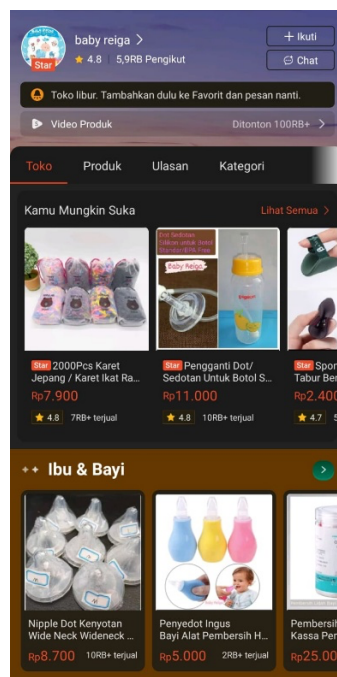
1. PENDAHULUAN

Transformasi era digital memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap ekosistem bisnis (Ellitan, 2023). Perkembangan di era digital mendesak berbagai sektor bisnis untuk melakukan transformasi secara menyeluruh, mulai dari efisiensi aspek operasional, inovasi hingga strategi pemasaran. Perkembangan ini secara tidak langsung menjadi faktor utama dalam pertumbuhan masif pada *e-commerce*. Kehadiran *e-commerce* membuka peluang

yang sangat besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengoptimalkan proses bisnisnya. *E-commerce* merupakan salah satu cara untuk mengembangkan UMKM, dimana teknologi ini akan menjembatani dalam mengembangkan usaha agar lebih kenal konsumen yang lebih luas (Rahayu & Selviasari, 2021). *E-commerce* memberikan berbagai peluang bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan dengan memperkuat strategi bersaing di era yang kompetitif saat ini (Wijayanto et al., 2024). Melalui *e-commerce*, pelaku UMKM dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dengan biaya investasi yang lebih rendah.

Pelaku UMKM tidak perlu untuk membangun toko bisnis, sehingga biaya modal yang dikeluarkan oleh UMKM dapat ditekan. Selain itu, adanya *e-commerce*, memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Pelaku UMKM tidak perlu melakukan tatap muka, sehingga mampu menekan biaya operasional menjadi lebih terjangkau. Selain itu, fleksibilitas waktu dan lokasi menjadi daya tarik tersendiri untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan penjualannya (Yuliani et al., 2024). Serangkaian keuntungan strategis yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadikan sebagai sebagai salah satu opsi pelaku UMKM dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya di era modern.

Salah satu UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* adalah Baby Reiga. Baby Reiga merupakan UMKM yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan ibu dan anak. Penerapan *e-commerce* dalam pemasaran, memberikan dampak positif, yaitu Baby Reiga mampu memperluas pangsa pasar dan mendorong eskalasi volume penjualan secara konsisten. Namun demikian, dibalik manfaat yang diterima, ada tantangan yang harus dihadapi oleh Baby Reiga. Tata kelola pencatatan keuangan usaha merupakan hal yang perlu diperhatikan dengan seksama. Banyaknya transaksi yang berasal dari *e-commerce*, sering kali belum diimbangi dengan sistem administrasi yang rapi. Banyak UMKM dengan administrasi belum rapi, mengakibatkan informasi keuangan yang dihasilkan belum akurat (Herlianda et al., 2026). Hal ini berpotensi untuk terjadinya bias informasi terhadap keuangan yang dimiliki, sehingga evaluasi kinerja dan pengambilan keputusan sulit dilakukan (Maulidina & Nafiati, 2024).



Gambar 1. E-commerce Baby Reiga

Pencatatan keuangan bagi pelaku UMKM yang melakukan penjualan berbasis digital berbeda dengan cara tradisional. Pada transaksi *e-commerce*, terdapat jeda waktu (*time lag*) terhadap hasil penjualan yang diterima oleh UMKM. Dana hasil penjualan melalui *e-commerce* akan melalui proses *settlement* terlebih dahulu. Setiap transaksi penjualan akan diikuti oleh

skema biaya potongan *e-commerce*. Biaya ini meliputi biaya administrasi, biaya layanan platform, hingga pemotongan program promosi dan *voucher* berkala. Fenomena inilah yang menjadikan kesenjangan antara omzet penjualan dengan arus kas aktual. Bagi pelaku UMKM yang masih menerapkan pencatatan keuangan secara manual, akan menciptakan asimetri informasi terkait dengan margin keuntungan yang mereka dapatkan. Hal inilah yang terjadi pada Baby Reiga.

Baby Reiga memasarkan produknya melalui Shopee dengan transaksi yang berlangsung hampir setiap hari. Berdasarkan hasil observasi awal, seluruh transaksi dicatat hanya berdasarkan dana yang masuk ke rekening setelah proses *settlement e-commerce*. Kondisi tersebut menyebabkan pemilik usaha tidak dapat mengetahui secara pasti besarnya omzet penjualan, biaya administrasi *e-commerce*, biaya layanan, maupun potongan promosi sehingga laba usaha yang dihitung belum mencerminkan kondisi sebenarnya.

Baby Reiga hanya mencatat dana *settlement* yang masuk ke rekening sebagai nilai penjualan. Sebagai contoh, ketika nilai transaksi pada *e-commerce* sebesar Rp26.000, dana yang diterima di rekening hanya sebesar Rp21.600 setelah dipotong biaya administrasi dan *voucher*. Pencatatan dana *settlement* sebagai penjualan menyebabkan omzet tercatat lebih rendah sebesar Rp4.400, sedangkan biaya *e-commerce* tidak teridentifikasi sebagai beban usaha. Kondisi tersebut mengakibatkan informasi laba usaha tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya dan menyulitkan pemilik dalam mengevaluasi profitabilitas usahanya.

Pencatatan keuangan penting dilakukan bagi pemilik UMKM. Ketika UMKM tidak memiliki pencatatan yang terstruktur dan konsisten, maka mereka akan kesulitan dalam mengetahui informasi mengenai arus kas dan laba yang diterima secara akurat (Mardani et al., 2026). Dalam mengelola *e-commerce*, penting untuk melakukan optimasi pencatatan transaksi demi meningkatkan efisiensi pengolahan data (Dharmawan, 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka program pengabdian ini diharapkan mampu memberi edukasi dan pendampingan terkait dengan sistem pencatatan keuangan berbasis *e-commerce*. Melalui kegiatan ini, diharapkan pemilik Baby Reiga mengelola sistem keuangannya menjadi lebih baik dan informasi yang didapatkan tidak bias. Nantinya informasi tersebut dapat mendukung keputusan terkait dengan strategi bisnis yang akan diambil.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan, yaitu pada Januari-Februari 2026. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan pada UMKM Baby Reiga, dengan metode pendekatan edukasi dan pendampingan secara langsung. Metode ini dilakukan dengan tujuan agar Baby Reiga mampu menerapkan sistem pencatatan keuangan yang sesuai dengan kondisi dan karakteristik transaksi *e-commerce*. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan, yaitu observasi, sosialisasi, pendampingan dan evaluasi.

Pada tahapan pertama, observasi dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik Baby Reiga. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Baby Reiga. Selain wawancara, tahapan observasi ini juga dilakukan dengan mengamati dokumen transaksi penjualan di *e-commerce* Baby Reiga selama 2 (dua) bulan, November-Desember 2025. Berdasarkan hasil observasi, maka ditemukan bahwa pencatatan yang dilakukan masih dalam kategori sangat sederhana, yaitu hanya berdasarkan mutasi keuangan yang diterima direkening. Pemilik Baby Reiga belum melakukan pemisahan secara detail, misal terkait dengan nilai penjualan bruto dengan berbagai potongan biaya *e-commerce* seperti biaya administrasi, biaya layanan, serta *voucher* yang ditanggung penjual.



Gambar 2. Pemilik Baby Reiga dan Tim Peneliti

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah sosialisasi dan edukasi. Tahapan ini menekankan kepada bagaimana pencatatan akuntansi UMKM berbasis *e-commerce*. Materi yang disampaikan terdiri dari alur transaksi *e-commerce*, konsep pengakuan pendapatan, jenis-jenis biaya pada *e-commerce*, serta pentingnya pemisahan antara omzet penjualan dengan penerimaan kas agar laporan laba rugi dapat menggambarkan kondisi usaha secara lebih akurat.

Tahapan ketiga adalah pendampingan dalam penyusunan dan pencatatan transaksi. Dalam hal ini, aplikasi yang digunakan adalah *Google Spreadsheet*. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan tidak adanya biaya yang harus dikeluarkan pemilik UMKM dalam memanfaatkannya. Penyusunan template sederhana dilakukan dengan memuat tanggal transaksi, nomor pesanan, nilai penjualan, biaya administrasi, biaya layanan, potongan voucher, penerimaan bersih, serta laba kotor setiap transaksi. Selanjutnya dari penyusunan template tersebut, dilakukan simulasi pencatatan menggunakan data transaksi aktual yang dilakukan oleh Baby Reiga. Sehingga pemilik dapat memahami secara langsung mengenai penggunaan template ini.

Tahapan yang terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan cara diskusi dengan pemilik Baby Reiga. Diskusi ini meliputi bagaimana kemampuan penggunaan format pencatatan selama periode tertentu dan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pendampingan. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah pemahaman dan pelaksanaan mengenai pencatatan transaksi *e-commerce*, serta tersusunnya format pencatatan penjualan dan biaya *e-commerce* yang dapat digunakan secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Baby Reiga menggunakan *e-commerce* sebagai media utama penjualannya. Jumlah transaksi yang terjadi rata-rata cukup relative tinggi. Namun berbanding dengan jumlah transaksi yang tinggi, pencatatan keuangan yang dilakukan Baby Reiga masih tergolong sederhana.

Pemilik Baby Reiga selama ini hanya mengandalkan mutasi rekening perbankan sebagai dasar pencatatan. Belum ada pencatatan khusus yang menjelaskan secara detail mengenai pendapatan dan pengeluaran Baby Reiga. Selain itu, pencatatan yang dilakukan oleh pemilik Baby Reiga hanya sebatas dana yang didapat setelah dilakukan pemotongan berbagai biaya di *e-commerce*. Dengan demikian, omzet penjualan yang didapat oleh Baby Reiga dapat dikatakan belum dapat diketahui secara pasti. Konsep yang dimiliki oleh pemilik Baby Reiga hanya sebatas bahwa penjualan yang dilakukan dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Selain jumlah omzet yang masih belum diketahui pasti, pemilik Baby Reiga juga belum mencatat biaya administrasi yang dibebankan oleh *e-commerce* sebagai beban usaha. Sehingga laba yang didapatkan belum mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

Tabel1. Kondisi Awal Mitra Sebelum Pendampingan

Aspek	Kondisi Awal	Dampak
Dasar pencatatan	Mutasi rekening	Omzet tidak diketahui secara pasti
Penjualan bruto	Tidak dicatat	Nilai penjualan lebih rendah dari kondisi sebenarnya
Biaya administrasi <i>e-commerce</i>	Tidak dipisahkan	Tidak diketahui besarnya beban administrasi
Voucher promosi	Tidak dicatat	Beban promosi tidak dapat dievaluasi
Rekapitulasi bulanan	Belum tersedia	Sulit mengetahui perkembangan usaha
Laporan laba rugi	Belum disusun	Laba usaha belum mencerminkan kondisi sebenarnya

Berdasarkan hasil identifikasi, seluruh pencatatan masih berorientasi pada dana *settlement* yang diterima di rekening. Informasi mengenai omzet penjualan, biaya administrasi, biaya layanan, dan potongan promosi belum tersedia sehingga pemilik usaha belum dapat mengevaluasi profitabilitas usahanya secara akurat.

3.2. Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi

Kegiatan ini dimulai dengan menjelaskan mengenai jenis dan karakteristik transaksi yang terjadi di *e-commerce*. Penjelasan dilakukan dengan cara diskusi dengan pemilik Baby Reiga, sehingga komunikasi dua arah terjalin. Agar lebih menahami secara lebih mudah, sosialisasi menggunakan contoh transaksi yang terjadi di Baby Reiga.



Gambar 3. Proses Sosialisasi

Pada tahapan ini, kegiatan dimulai dengan menjelaskan alur transaksi yang terjadi di *e-commerce*, mulai dari pelanggan melakukan pembayaran hingga dana diterima penjual. Tujuan penjelasan ini, agar pemilik Baby Reiga memahami alur dana yang masuk ke rekening bukan nilai penjualan sebenarnya, melainkan hasil penjualan yang telah dikurangi berbagai potongan biaya. Selain itu, beberapa komponen yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* juga dijelaskan, misalnya biaya administrasi, biaya layanan pembayaran hingga voucher atau subsidi promosi yang ditanggung penjual.

Hasil sosialisasi menunjukkan adanya perubahan pemahaman pemilik Baby Reiga terhadap mekanisme transaksi pada *e-commerce*. Sebelum kegiatan dilaksanakan, seluruh dana yang diterima melalui proses *settlement* dipahami sebagai hasil penjualan sehingga biaya administrasi, biaya layanan, dan voucher promosi belum pernah diidentifikasi secara terpisah. Setelah sosialisasi, pemilik usaha mulai memahami bahwa omzet penjualan merupakan nilai transaksi bruto yang berbeda dengan dana *settlement* yang diterima. Pemahaman tersebut menjadi dasar dalam penyusunan sistem pencatatan yang lebih sesuai dengan karakteristik transaksi *e-commerce*.

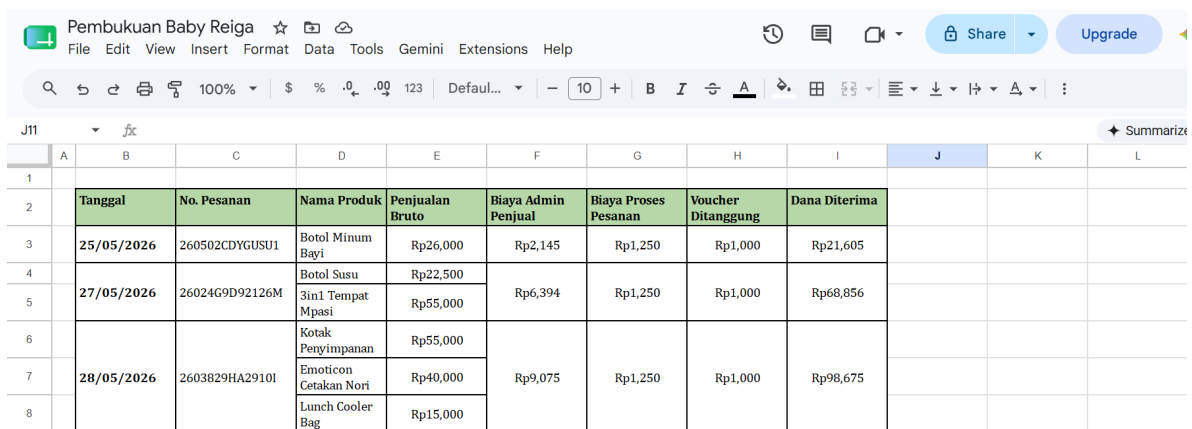
3.3. Pelaksanaan Pendampingan

3.3.1. Penyusunan Template Pencatatan

Setelah dilakukan sosialisasi dan edukasi, maka tahapan selanjutnya adalah penyusunan template pencatatan transaksi. Dalam mencatat transaksi Baby Reiga memanfaatkan aplikasi *Google Spreadsheet*. Pemilihan aplikasi ini dikarenakan tidak perlu mengeluarkan biaya dalam penggunaannya, mudah dioperasikan dan berbasis *cloud*. Dengan aplikasi ini, maka pemilik Baby Reiga mampu mengakses melalui perangkat apapun, dimanapun dan kapanpun (Novita et al., 2023).

Penyusunan template pencatatan ini berdasarkan hasil identifikasi mengenai informasi apa saja yang tersedia di *e-commerce*. Template ini digunakan setiap kali terdapat transaksi dari *e-commerce*. Pemilik hanya memasukkan data transaksi sesuai *dashboard e-commerce* sehingga rekapitulasi bulanan dan laporan laba rugi dapat tersusun secara otomatis.

Penyusunan template dimulai dengan membuat template penjualan atau transaksi yang terjadi pada Baby Reiga.



Tanggal	No. Pesanan	Nama Produk	Penjualan Bruto	Biaya Admin Penjual	Biaya Proses Pesanan	Voucher Ditanggung	Dana Diterima
25/05/2026	260502CDYGUSU1	Botol Minum Bayi	Rp26,000	Rp2,145	Rp1,250	Rp1,000	Rp21,605
27/05/2026	26024G9D92126M	Botol Susu 3in1 Tempat Mipasi	Rp22,500	Rp6,394	Rp1,250	Rp1,000	Rp68,856
28/05/2026	2603829HA2910I	Kotak Penyimpanan Emoticon Cetakan Nori Lunch Cooler Bag	Rp55,000	Rp9,075	Rp1,250	Rp1,000	Rp98,675

Gambar 4. Template Pencatatan Penjualan

Gambar 4 merupakan template pencatatan penjualan yang dilakukan oleh Baby Reiga. Setiap kolom dalam template tersebut memiliki fungsinya masing-masing berikut fungsi dari tiap kolom

Tabel 2. Fungsi Kolom Template Pencatatan Penjualan

Kolom	Fungsi
Tanggal	Menentukan periode transaksi
Nomor Pesana	Melacak transaksi
Nama Produk	Menjelaskan produk yang terjual
Penjualan Bruto	Menghitung omzet
Biaya Admin Penjualan	Mengukur biaya <i>e-commerce</i>
Biaya Proses Pesanan	Mengukur biaya <i>e-commerce</i>
Voucher Ditanggung	Mengukur promosi
Dana Diterima	Kas diterima

Template pencatatan yang disusun tidak hanya berfungsi sebagai media input transaksi, tetapi juga sebagai alat pengendalian administrasi keuangan. Melalui pemisahan antara penjualan bruto, biaya administrasi, biaya layanan, voucher promosi, dan dana settlement, pemilik usaha dapat menelusuri setiap transaksi secara lebih rinci. Selain mempermudah proses pencatatan harian, template ini juga menghasilkan data yang siap digunakan untuk penyusunan rekapitulasi bulanan dan laporan laba rugi secara otomatis. Dengan demikian, proses administrasi keuangan menjadi lebih sistematis dibandingkan kondisi sebelum pendampingan.

3.3.2. Pelaksanaan Rekapitulasi Penjualan Bulanan dan Laba Rugi

Setelah dilakukan pencatatan transaksi harian, maka langkah yang selanjutnya adalah penyusunan rekapitulasi bulanan. Rekapitulasi bulanan ini buat dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai dana yang diterima oleh Baby Reiga secara utuh. Rekapitulasi bulanan juga memudahkan pemilik usaha dalam melakukan evaluasi perkembangan penjualan setiap periode. Seluruh transaksi harian yang sebelumnya tersebar pada dashboard *e-commerce* dapat diringkas menjadi informasi mengenai total omzet, total biaya administrasi, total dana settlement, dan estimasi laba usaha dalam satu periode. Informasi tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kinerja usaha sehingga pemilik dapat melakukan evaluasi terhadap efektivitas promosi maupun kebijakan penetapan harga. Rekapitulasi ini dibuat secara periode tertentu, biasanya dilakukan setiap akhir bulan. Berikut ini merupakan bentuk template yang digunakan oleh Baby Reiga.



	A	B	C	D	E
1					
2		Keterangan	Nilai		
3		Penjualan Bruto	Rp213,500		
4		Biaya Admin Penjual	Rp17,614		
5		Biaya Proses Pesanan	Rp3,750		
6		Voucher Ditanggung	Rp3,000		
7		Dana Diterima	Rp189,136		
8					

Gambar 5. Rekapitulasi Penjualan Bulanan

Dengan adanya rekapitulasi ini, Pemilik Baby Reiga menjadi lebih memahami secara detail mengenai biaya-biaya yang harus ditanggung dari penggunaan *e-commerce*. Selain itu, dengan adanya rekapitulasi ini menjadi gambaran terkait dengan penentuan harga jual untuk meningkatkan tingkat profitabilitas usahanya.

Setelah dibuat rekapitulasi, maka langkah selanjutnya adalah penyusunan laba rugi. Hal ini merupakan tahapan akhir dalam proses pencatatan. Laporan ini buat dengan tujuan agar pemilik Baby Reiga menjadi lebih memahami secara utuh terkait dengan keuntungan yang didapat secara otomatis dan periodik.



	A	B	C	D	E	F
1						
2		Keterangan	Nilai			
3		Penjualan Bruto	Rp213,500			
4		Harga Pokok Penjualan	Rp160,000			
5		Laba Kotor	Rp53,500			
6		Biaya Admin Penjual	Rp17,614			
7		Biaya Proses Pesanan	Rp3,750			
8		Voucher Ditanggung	Rp3,000			
9		Biaya Operasional Lainnya	Rp10,000			
10		Laba Bersih	Rp19,136			
11						

Gambar 6. Laporan Laba Rugi Baby Reiga

Laporan laba rugi yang dihasilkan dari template Google Spreadsheet memberikan informasi mengenai pendapatan bruto, biaya administrasi *e-commerce*, biaya layanan, potongan promosi, serta laba usaha pada setiap periode. Informasi tersebut sebelumnya tidak dapat diperoleh karena seluruh dana *settlement* dianggap sebagai pendapatan. Dengan adanya pemisahan komponen transaksi, pemilik usaha dapat mengidentifikasi proporsi biaya *e-commerce* terhadap omzet penjualan, mengevaluasi efektivitas program promosi, dan menggunakan informasi laba sebagai dasar penetapan harga maupun perencanaan usaha.

Dari laporan laba rugi ini, pemilik Baby Reiga dapat mengetahui bahwa biaya-biaya pada *e-commerce*, memiliki andil yang cukup signifikan dalam menentukan laba bersih. Informasi ini sebelumnya belum pernah diketahui karena seluruh dana yang diterima langsung dianggap sebagai hasil penjualan. Selain itu, laporan laba rugi tersebut juga membantu pemilik usaha dalam mengidentifikasi besarnya kontribusi biaya *e-commerce* terhadap total penjualan. Informasi tersebut sebelumnya tidak tersedia karena seluruh dana *settlement* langsung dianggap sebagai pendapatan. Dengan tersedianya laporan laba rugi secara periodik, pemilik usaha memiliki dasar yang lebih objektif dalam menentukan harga jual, mengevaluasi efisiensi biaya, serta merencanakan strategi pengembangan usaha pada periode berikutnya.

3.4. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan akhir dari kegiatan ini. Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan praktik menerapkan pencatatan di Baby Reiga. Evaluasi dimulai dengan observasi terhadap kondisi pencatatan yang dilakukan oleh pemilik Baby Reiga. Observasi dilakukan dengan membandingkan sebelum dan sesudah pendampingan. Pada awalnya pemilik Baby Reiga hanya melakukan pencatatan berdasarkan mutasi rekening bank. Setelah dilakukan pendampingan, pemilik Baby Reiga mampu melakukan identifikasi terkait komponen transaksi dengan baik. Selain itu dari sisi praktik pencatatan, pemilik Baby Reiga mampu memasukkan transaksi pada *Google Spreadsheet* sesuai dengan komponen yang telah disediakan. Pemeriksaan kesesuaian juga dilakukan untuk melihat kemampuan pemilik Baby Reiga dalam menginput data transaksi.

Diskusi dan umpan balik juga dilakukan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi Baby Reiga. Kendala yang dihadapi pemilik Baby Reiga, pada awalnya masih sedikit kaku dalam menginput data transaksi. Namun, seiring berjalannya waktu pemilik Baby Reiga mampu secara teratur melakukan input data. Sehingga pemilik Baby Reiga menjadi lebih paham mengenai omzet penjualan, biaya *e-commerce* dan laba bersih yang diterima.

Tabel 3. Perubahan Kemampuan Pemilik Baby Reiga

Indikator	Sebelum	Sesudah
Memisahkan omzet	X	✓
Mengidentifikasi biaya administrasi	X	✓
Mengidentifikasi voucher	X	✓
Menyusun rekap bulanan	X	✓
Menyusun laporan laba rugi	X	✓

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa seluruh indikator kemampuan mengalami peningkatan setelah pendampingan. Pemilik usaha telah mampu mengidentifikasi komponen transaksi *e-commerce* secara mandiri, menginput transaksi sesuai klasifikasi yang telah disediakan pada template, menyusun rekapitulasi bulanan, serta menghasilkan laporan laba rugi secara periodik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian telah tercapai, yaitu meningkatkan kemampuan administrasi keuangan UMKM berbasis transaksi *e-commerce*.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penyusunan sistem pencatatan sederhana mampu meningkatkan kualitas informasi keuangan dan kemampuan administrasi pelaku usaha. Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh (Nadia & Anwar, 2024). Dari kegiatan tersebut, pemanfaatan Google Spreadsheet mampu meningkatkan

kemampuan administrasi dan efisiensi pengelolaan data pada pelaku usaha, selain itu kegiatan tersebut dapat meningkatkan kompetitif pelaku usaha dan mampu mendorong pertumbuhan usahanya.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dimulai dari sosialisasi, pendampingan dan evaluasi. Penekanan pemahaman terkait dengan biaya administrasi yang dikeluarkan pemilik Baby Reiga merupakan hal utama yang disampaikan. Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa template pencatatan transaksi *e-commerce* berbasis aplikasi *Google Spreadsheet*. Setelah pendampingan, pemilik Baby Reiga mampu memisahkan omzet penjualan, biaya administrasi *e-commerce*, biaya promosi, dan dana bersih hasil settlement secara mandiri menggunakan *Google Spreadsheet*. Selain meningkatkan kemampuan administrasi keuangan pemilik Baby Reiga, solusi yang diberikan juga menghasilkan informasi keuangan yang lebih akurat. Informasi mengenai laba usaha yang lebih akurat dibandingkan pencatatan sebelumnya, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Template ini nantinya dapat dikembangkan dengan mengintegrasikan pencatatan persediaan, beban operasional lainnya, serta penyusunan laporan posisi keuangan sehingga sistem pencatatan keuangan UMKM menjadi lebih komprehensif dan mendukung pengambilan keputusan usaha secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawan, W. S. (2023). PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENGELOLAAN KEUANGAN BERBASIS WEBSITE. *JUSTIAN, Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 4(1), 74–83.
- Ellitan, L. (2023). Digital Marketing Training for MSMEs in Surabaya. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 484–489.
- Herlianda, T. A., Adelina, Hanafiah, R. A. M., & Arisandi, T. F. (2026). Peran E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pencatatan dan Pelaporan Pendapatan Usaha UMKM di Karangpawitan. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Hukum*, 3(3), 178–185.
- Mardani, N., Hamidah, H. N., Yuliani, L., & Hartini, S. (2026). Penerapan Pencatatan Keuangan Sederhana dan Optimalisasi Pemasaran Digital pada UMKM Defa. 4(3), 16220–16228.
- Maulidina, C. M., & Nafiati, L. (2024). Penerapan sistem informasi akuntansi , digital marketing dan e-commerce untuk meningkatkan literasi digitalisasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(225), 187–199. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i1.21506>
- Nadia, S., & Anwar, C. (2024). Optimalisasi Pencatatan E-commerce pada Perusahaan: Input Data Google Sheets. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(4), 189–197.
- Novita, W., Fitriadi, Y., Nopiana, P. R., & Gusnafir. (2023). Pelatihan Laporan Keuangan dengan Google Spreadsheet dalam Rangka Meningkatkan Pengetahuan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 217–225. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v2i2.2052>
- Rahayu, P., & Selviasari, R. (2021). PELATIHAN PEMBUKUAN DAN E-COMMERCE BAGI UMKM. *Communnity Development Journal*, 2(3), 1246–1253.
- Wijayanto, G., Jushermi, Nursanti, A., Novandalina, A., & Rivai, Y. (2024). The Effect of E-commerce Platforms , Digital Marketing , and User Experience on Market Reach and Competitiveness of Indonesian MSMEs. *International Journal of Business, Law and Education*, 5(1), 811–823.
- Yuliani, R., Hayat, A., Adriani, A., Maharani, F. T., Fitri, E., Akuntansi, P. S., & Mangkurat, U. L. (2024). PELATIHAN DAN BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DAN PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Bahas Unggul)*, 4(1), 59–66.

Halaman Ini Dikosongkan