

PENERAPAN SISTEM PEMBUKUAN SEDERHANA BERBASIS EXCEL, STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PENATAAN LAYOUT PRODUK PADA TOKO INA ISHA BABY KIDS WEAR GIANYAR

Putu Ayu Diah Widari Putri^{1,*}, Ni Komang Yuniantari²

^{1,2} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80223, Indonesia

*Email: diahwidariputri@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan bagian dari integral dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu mitra menerapkan sistem pencatatan keuangan berbasis Microsoft Excel, mengoptimalkan strategi promosi digital melalui berbagai platform media sosial, serta penataan layout produk di store offline untuk memudahkan customer dalam mencari produk sesuai kategorinya. Metode pelaksanaan meliputi observasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan keterlibatan pemilik toko secara langsung. Ada tiga permasalahan utama yaitu pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual dan tidak terstruktur, kurangnya pengetahuan pemilik dalam membuat konten promosi di media sosial dan penataan produk di toko belum terorganisir dan kurang menarik secara visual. Solusi yang diterapkan meliputi sistem pembukuan sederhana berbasis Microsoft Excel yang mudah digunakan oleh karyawan atau pemilik, mengoptimalkan promosi digital melalui pembuatan akun media sosial dan meningkatkan performa usaha di Google Maps, serta mengoptimalkan penataan layout produk di store offline guna menarik minat beli customer secara visual. Hasil kegiatan menunjukkan realisasi berjalan dengan baik dalam penerapan pembukuan berbasis Excel memudahkan pemilik mengecek pemasukan dan pengeluaran setiap saat, strategi digitalisasi marketing yang dilaksanakan menjadikan toko mudah dikenali pembeli di media sosial dan penataan layout produk di offline store dapat menarik minat pembeli karena mudah menemukan barang sesuai kategorinya.

Kata kunci : pengabdian masyarakat, pembukuan sederhana berbasis excel, strategi digital marketing, penataan layout produk

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang dikelola oleh sekelompok orang maupun individu. Pada saat ini UMKM dapat dikatakan sebagai penopang perekonomian negara Indonesia terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian daerah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah mendeskripsikan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai usaha yang dimiliki atau didirikan sendiri dan bukan anak cabang dari perusahaan. Indikator yang membedakan ketiga kategori usaha ini adalah pada kekayaan bersih pemilik dan jumlah penjualan tahunan (Putra & Sudarmayoga, 2025).

Salah satu sektor UMKM yang terus berkembang saat ini adalah penjualan

pakaian bayi dan anak (*baby and kids wear*). Sektor ini memiliki pasar yang sangat potensial karena kebutuhan akan pakaian bayi dan anak bersifat berkelanjutan dan berulang, seiring dengan pertumbuhan anak-anak yang cepat sehingga memerlukan ukuran pakaian baru secara berkala. Persaingan pasar *baby and kids wear* juga semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan kesadaran orang tua terhadap kualitas, kenyamanan, dan *trend fashion* untuk anak-anak. Faktor gaya hidup masyarakat *modern* yang cenderung memilih produk yang modis dan praktis juga mendorong meningkatnya permintaan. Dengan tingginya potensi pasar ini, pelaku UMKM di sektor *baby and kids wear* memiliki peluang besar untuk berkembang, asalkan mampu mengelola usaha secara profesional, memanfaatkan teknologi digital, serta menerapkan strategi pemasaran dan penataan produk yang tepat untuk menarik minat konsumen (Alexander, 2023).

Namun, banyak UMKM di sektor ini, termasuk Toko Ina Isha Baby and Kids Wear di Gianyar, masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya. Berdasarkan hasil observasi awal, toko ini belum memiliki sistem pembukuan yang rapi dan masih mengandalkan cara manual, pemasaran produk masih terbatas pada penjualan langsung di toko tanpa dukungan promosi digital yang optimal dan dari sisi penataan produk, toko juga membutuhkan strategi *display* yang lebih menarik agar mampu meningkatkan daya tarik *visual* dan pengalaman berbelanja konsumen. Tanpa penataan yang baik, produk berpotensi kurang menonjol dan mengurangi minat beli (Yuliana et al., 2025).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh tim pelaksana, terdapat beberapa masalah yang kemudian akan ditindak lanjuti, hal ini meliputi: Pertama pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual dan tidak terstruktur sehingga rawan terjadi kesalahan, pemilik kesulitan memantau arus kas, menghitung laba rugi dan sulit digunakan untuk evaluasi atau pengambilan keputusan. Kedua kurangnya pengetahuan pemilik dalam membuat konten promosi di media sosial sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Ketiga penataan produk di toko belum terorganisir dan kurang menarik secara visual, sehingga tidak memaksimalkan daya tarik konsumen ketika berbelanja.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, penulis merumuskan beberapa solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di Toko Ina Isha. Pertama menerapkan sistem pembukuan sederhana berbasis software akuntansi berupa Microsoft Excel yang mudah digunakan oleh karyawan atau pemilik. Kedua mengoptimalkan promosi digital melalui pembuatan akun media sosial, serta meningkatkan performa usaha di Google Maps. Ketiga mengoptimalkan penataan layout produk di store offline guna menarik minat beli customer secara visual.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dan pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan kegiatan Penerapan Sistem Pembukuan Sederhana Berbasis Excel, Strategi Digital Marketing dan Penataan Layout Produk Pada Toko Ina Isha Baby Kids Wear Gianyar adalah sebagai berikut. Pertama pembuatan pembukuan sederhana berbasis Microsoft Excel agar proses pencatatan lebih cepat, akurat, dan mudah untuk evaluasi keuangan. Kedua pembuatan akun media sosial Toko Ina Isha seperti Instagram dan Tiktok, serta meningkatkan performa usaha di Google Maps untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar. Ketiga mengoptimalkan penataan layout produk di store offline guna menarik minat beli customer secara visual.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

The image shows two side-by-side Microsoft Excel spreadsheets. The left spreadsheet is titled 'TRANSAKSI HARIAN INA ISHA BABY SHOP - Rapor Penjualan' and displays a daily financial statement for July 26, 2025. It has columns for Debit and Credit, and rows for various transactions like Baby, Dewasa, Transfer, Nabung, Pencair, Dll, and Out. The right spreadsheet is titled 'TRANSAKSI HARIAN INA ISHA BABY SHOP - Rapor Penjualan' and displays a monthly financial statement for July 2025. It has columns for Keterangan, Penerimaan Debit, Pengeluaran Kredit, and Saldo, and rows for various transactions like Bayar Salaya Jadi, Pembelian Peredean, Bayar Linik, Penjualan Baby, Penjualan Dewasa, and Nabung. Both spreadsheets show a balance of 45,879,000.

TANGGAL	26/07/2025	DEBIT	KREDIT
BABY	Rp 1.852.000		
DEWASA	Rp 67.000		
JUMLAH	Rp 1.919.000		
SALDO	Rp 45.879.000		
PENJUALAN	Rp 1.919.000		
TRANSFER	Rp 1.919.000		
NABUNG	Rp 100.000		
Pencair	Rp 100.000		
Dll	Rp 100.000		
Out	Rp 1.919.000		
TOTAL	Rp 2.019.000	Rp 2.019.000	

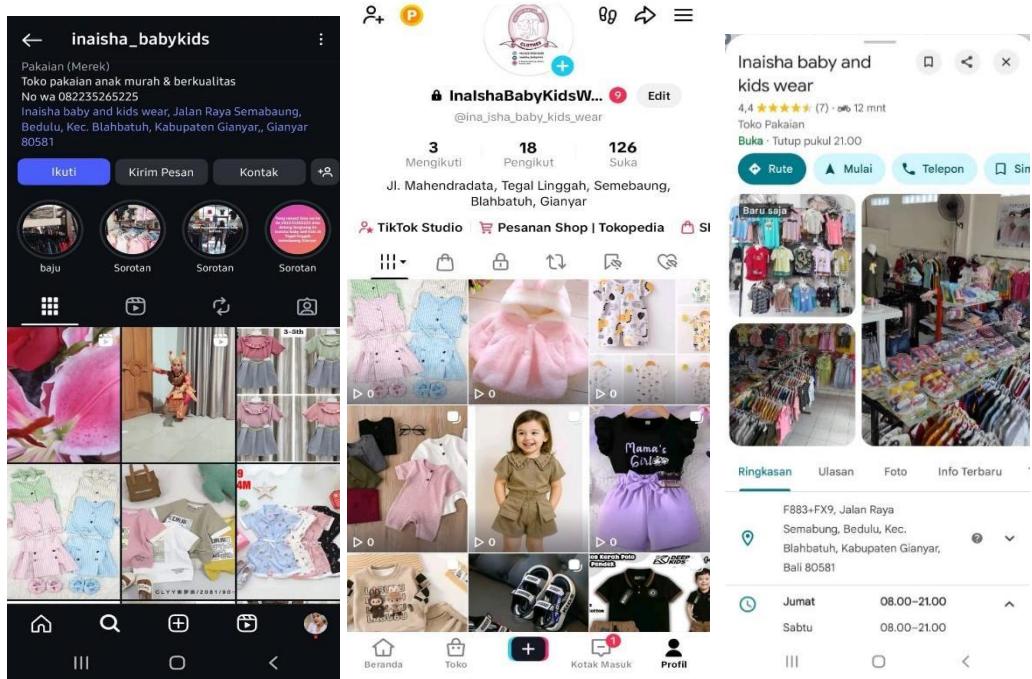
Keterangan	Penerimaan Debit	Pengeluaran Kredit	Saldo
Salaya Jadi	Rp 50.000.000		
Bayar Salaya Jadi	Rp 1.700.000	Rp 48.300.000	
Pembelian Peredean	Rp 36.076.000	Rp 12.284.000	
Bayar Linik	Rp 600.000	Rp 11.684.000	
Penjualan Baby	Rp 36.628.000	Rp 48.312.000	
Penjualan Dewasa	Rp 5.909.000	Rp 54.221.000	
Pencair	Rp 343.000	Rp 54.879.000	
Nabung	Rp 7.500.000	Rp 45.579.000	
Salaya Jadi Jadi	Rp 45.879.000		



Gambar 1. Dokumentasi Pembuatan Pembukuan Sederhana Berbasis Ms. Excel

Program kerja Penerapan Sistem Pembukuan Sederhana Berbasis Excel, Strategi Digital Marketing dan Penataan Layout Produk Pada Toko Ina Isha Baby Kids Wear Gianyar telah berhasil dilaksanakan dan terealisasikan dengan baik. Program kerja pertama yaitu membuat alur pembukuan secara sederhana menggunakan Microsoft Excel, aplikasi bisa digunakan untuk mencatat transaksi harian dan rekap pembukuan setiap akhir bulannya, pemilik bisa mengakses setiap saat untuk mengecek atau memantau jumlah pemasukan dan pengeluaran toko dan bisa diakses menggunakan hanphone.

Program kerja kedua yaitu strategi digitalisasi marketing, program direalisasikan dengan membuat akun media sosial berupa instagram dan tiktok serta mengunggah konten-konten penjualan dimana program ini dapat menarik pembeli dari kalangan luar bukan penduduk sekitar toko saja, selain itu direalisasikannya peningkatan performa usaha di Google Maps untuk meningkatkan visibilitas jangkauan pasar.



Gambar 2. Dokumentasi Pembuatan Akun Media Sosial Instagram, Tiktok

Program kerja ketiga yaitu melakukan penataan layout produk, program ini direalisasikan dengan menata ulang semua produk toko berdasarkan jenis baju untuk anak perempuan atau laki-laki, kategori umur, warna dan *trend* saat ini.



Gambar 3. Dokumentasi Penataan Layout Produk di Toko Ina Isha Bersama Pemilik Toko Secara Langsung

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan penerapan sistem pembukuan sederhana berbasis excel, strategi digital marketing dan penataan layout produk pada Toko Ina Isha Baby Kids Wear berhasil dilaksanakan dengan baik. Adapun faktor-faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini

sehingga dapat dilaksanakan dengan baik yaitu dengan adanya dukungan dari berbagai pihak seperti respon positif dan adanya dukungan penuh dari pemilik usaha dan juga fasilitas penunjang yang disediakan demi kelancaran kegiatan ini. Meskipun mengalami beberapa hambatan, namun kegiatan ini bisa berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah disepakati.

Berdasarkan informasi, pengamatan, dan pemantauan yang diterima dari berbagai pihak, penulis mencoba memberikan saran dan pendapat yang bisa dijadikan bahan pertimbangan diantaranya :

1. Penerapan sistem pembukuan sederhana berbasis excel, strategi digital marketing dan penataan *layout* produk agar dapat terus dijalankan dan sangat perlu ditingkatkan karena semakin meningkatnya risiko kehilangan produk yang terjadi agar dapat terminimalisir.
2. Dengan berakhirnya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi usaha mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Y. L. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produk Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 629–642. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i2.833>
- Bestari, P., & Ainy, R. N. (2025). Akuntansi Berbasis Excel Dan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(2), 1478. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i2.29082>
- Putra, I. P. M. J. S., & Sudarmayoga, I. K. (2025). *Berbasis Digital Dan Strategi Penjualan Produk Melalui Media Sosial Marketing Di Usaha COMP*. 4, 326–330.
- Sianturi, F. A. R. L. S. (2025). Optimalisasi Pembukuan UMKM melalui Aplikasi Excel dan Google Sheets. *Jurnal Edukasi Dan Abdi Generasi*, 1(1), 13–18.
- Yuliana, E., Suhaety, Y., & Fasihat, D. U. (2025). Pengaruh Layout dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dimediasi Kualitas Produk pada Toko Serba 35 Ribu di Kecamatan Manggelewa. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 7200–7222. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.9260>