

Socialization of Digital Marketing and Financial to UMKM Aliyah Textile

Desy Arigawati¹, Mariana Hakim Riandi², Yusi Risdaini³, Ahmad Rofiq Amri⁴, Elma Apriyani⁵, Anisa Rahma Desi⁶, Dina Novita⁷, Erli Tyas Linggawati⁸, Umiyati Snae⁹, Rahmatullah¹⁰, Arjun Ananda T¹¹, Yostra Herdiawan¹², Rizal Abdillah¹³

Universitas Panca Sakti Bekasi

Corresponding Author: Desy Arigawati belangiku@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Digital Marketing, Financial, UMKM, Textile

Received : 08, December

Revised : 18, January

Accepted: 25, February

©2024 Arigawati, Riandi, Yusdaini, Amri, Apriyani, Desi, Novita, Linggawati, Snae, ahmatullah, T, Herdiawan, Abdillah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

The rapid development of technology has had a major impact on human life, one of which is the aspect of business behavior of Micro, Small and Medium Enterprises. Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) entrepreneurship is expected to increase the creativity and ability of the community to channel their ideas and creations by utilizing available natural resources. Micro Small Medium Enterprises (UMKM) in Indonesia is one of the pillars of the Indonesian economy in addition to cooperatives. It is unfortunate if Aliyah Textile has not maximized online product sales, because it has not been able to reach global expansion marketing. So, we chose service at Aliyah Textile, with the aim of helping and unraveling the problems that exist at Aliyah Textile, and hope that Aliyah Textile can be more advanced and developed, because it has skills in digital marketing and finance. Socialization of digital marketing and finance to UMKM Aliyah Textile. Hopefully useful in long-term knowledge investment.

Sosialisasi Digital Marketing Dan Financial Kepada UMKM Aliyah Textile

Desy Arigawati¹, Mariana Hakim Riandi², Yusi Risdaini³, Ahmad Rofiq Amri⁴, Elma Apriyani⁵, Anisa Rahma Desi⁶, Dina Novita⁷, Erli Tyas Linggawati⁸, Umiyati Snae⁹, Rahmatullah¹⁰, Arjun Ananda T¹¹, Yostra Herdiawan¹², Rizal Abdillah¹³

Universitas Panca Sakti Bekasi

Corresponding Author: Desy Arigawati belangiku@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Digital Marketing, Financial, UMKM, Textile

Received : 08, Desember

Revised : 18, Januari

Accepted: 25, Februari

©2024 Arigawati, Riandi, Yusdaini, Amri, Apriyani, Desi, Novita, Linggawati, Snae, ahmatullah, T, Herdiawan, Abdillah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi telah berdampak besar pada kehidupan manusia, salah satunya adalah aspek perilaku bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah. Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia selain koperasi. Sangat disayangkan jika Aliyah Textile belum memaksimalkan penjualan produk secara *online*, karena belum bisa menjangkau pemasaran ekspansi secara *global*. Sehingga, kami memilih pengabdian di Aliyah Textile, dengan tujuan agar membantu dan mengurai permasalahan yang ada di Aliyah Textile, dan berharap Aliyah Textile dapat lebih maju dan berkembang, karena memiliki keterampilan dalam hal *digital marketing* dan *financial*. Sosialisasi *digital marketing* dan *financial* kepada UMKM Aliyah Textile ini. Semoga bermanfaat dalam investasi pengetahuan jangka panjang. Adapun manfaat jangka panjang bagi Toko Aliyah Textile apabila usaha yang didirikan bisa mencapai target pemasaran yang lebih luas, maka dari itu yang dijelaskan di atas mengenai *digital marketing* dan *financial* yang harus menjadi perhatian penting pada Toko Aliyah Textile.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan perekonomian Indonesia. Kewirausahaan melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan masyarakat dalam menyalurkan ide dan kreasinya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia selain koperasi.

Mahasiswa akuntansi bersama dosen pengampu, melakukan pengabdian kepada masyarakat pada tanggal 28 Oktober 2023 ke Toko Aliyah *Textile* dengan *Owner* Bernama Bapak Ilhamsyah dan Ibu Nurrohmah, yang berlokasi di Pasar Perumnas Klender, Jl.Teratai Putih Raya, Kel. Malaka Sari, Kec.Duren Sawit. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sebagai tugas syarat kelulusan kurikulum program studi akuntansi di semester tujuh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Panca Sakti *University* Bekasi.

Selain itu, sebagai kontribusi mahasiswa akuntansi dihari sumpah pemuda yang merupakan momentum bersejarah akan arti penting suatu persatuan antar pemuda-pemudi Indonesia meneruskan cita-cita kemerdekaan, hal ini dilakukan sebagai bentuk cinta mahasiswa kepada Indonesia untuk membantu memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan cara memberikan sosialisasi mengenai pemasaran produk secara *digital*, dan segi keuangan mengenai laporan laba rugi dan laporan *stock* barang sederhana.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Aliyah *Textile* yaitu tidak ada pencatatan pendapatan dan pengeluaran kas, tidak ada *stock opname* barang, laporan keuangan laba rugi berdasarkan *feeling*, tidak mengetahui *stock* barang yang tersedia dan berapa yang terjual, serta penjualan produk masih berfokus di *offline*. Ada *Instagram*, dengan akun kain_aliyah, namun belum terkelola dengan baik. Permasalahan yang dihadapi oleh Toko Aliyah *Textile* sangat kompleks, karena pencatatan pendapatan dan pengeluaran kas, *stock opname* barang, laporan keuangan laba rugi, perlu dilakukan karena dapat mengetahui posisi ketersediaan bahan-bahan *textile*, mengetahui apakah per bulannya penjualan mengalami keuntungan atau kerugian.

Sementara, dari segi penjualan produk masih berfokus di *offline*, *Instagram* yang belum terkelola dengan baik, sangat disayangkan jika Aliyah *Textile* belum memaksimalkan penjualan produk secara *online*, karena belum bisa menjangkau pemasaran ekspansi secara *global*. Sehingga, kami memilih pengabdian di Aliyah *Textile*, dengan tujuan agar membantu dan mengurai permasalahan yang ada di Aliyah *Textile*, dan berharap Aliyah *Textile* dapat lebih maju dan berkembang, karena memiliki keterampilan dalam hal *digital marketing* dan *financial*.

Sosialisasi *digital marketing* dan *financial* kepada UMKM Aliyah *Textile* ini, semoga bermanfaat dalam investasi pengetahuan jangka panjang. Adapun manfaat jangka panjang bagi Toko Aliyah *Textile* apabila usaha yang didirikan bisa mencapai target pemasaran yang lebih luas, maka dari itu yang dijelaskan

di atas mengenai *digital marketing* dan *financial* yang harus menjadi perhatian penting pada Toko Aliyah *Textile* ini.

Toko Aliyah *Textile* ini apabila didalam sisi *digital marketing* ditingkatkan akan lebih banyak manfaatnya ketika Toko Aliyah *Textile* ini selain menjalankan usaha *offline* akan lebih bagus lagi menjalankan bisnis *online* di zaman sekarang yang serba *gadget* memiliki peluang besar untuk memperbanyak cabang bisnis salah satunya yaitu pemasaran via *social media*, jadi orang banyak melihat bahwa toko ini menjual banyak berbagai kain yang cantik dan bagus-bagus.

Dari sinilah mulai berkembang usahanya, ada sisi positif dan negatifnya dalam berbisnis *online* yaitu dari sisi positif, hemat waktu dan tenaga, jangkauan pasar lebih luas, meningkatkan pendapatan dan mengurangi resiko biaya - biaya lain, kemudahan dalam berbelanja bisa di akses dimana saja, lalu apa dampak negatifnya yaitu terkadang barang yang di lihat di foto tidak sesuai, keterlambatan pengiriman, resiko penipuan, pelayanan pelanggan, seperti itu kurang lebihnya tetapi untuk itu bisa di siasati bagi produsen atau pembeli harus lebih teliti.

Disamping itu salah satu produk yang dijual oleh toko Aliyah *Textile* ini termasuk barang yang tidak cepat basi, maka dari itu banyak sekali manfaatnya, seperti halnya barang yang tidak habis terjual atau masih ada sisa bahan masih bisa di daur ulang bagaimana caranya yaitu dengan membuat karya seperti menjahit bahan tersebut di jadikan taplak meja, hiasan alat rumah tangga, untuk bahan membuat tas, dan lainnya bisa menjadi referensi tingkat selanjutnya.

Adapun tujuan dan manfaat pengabdian masyarakat bagi mahasiswa akuntansi pada UMKM Aliyah *Textile*, yaitu untuk mengetahui definisi dan fungsi UMKM, untuk mengetahui contoh dan kriteria UMKM, untuk mengetahui cara membuat laporan keuangan sederhana Aliyah *Textile*, dan strategi *marketing*, untuk mengetahui cara membuat laporan keuangan sederhana pada Toko Aliyah *Textile*, Untuk mengetahui strategi *marketing* dari Toko Aliyah *Textile*, Untuk mengetahui apa saja yang harus dikembangkan di Toko Aliyah *Textile*.

Sementara manfaat pengabdian masyarakat bagi mahasiswa akuntansi pada UMKM Aliyah *Textile*, adalah sebagai berikut : bagi Penulis yaitu sebagai sarana untuk menambah pengetahuan tentang pengembangan dan peningkatan UMKM di Indonesia. bagi Universitas sebagai bahan referensi dalam penelitian berikutnya, khususnya tentang permasalahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, bagi pembaca sebagai masukan untuk menambah pengetahuan peningkatan UMKM.

PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kunjungan langsung ke Toko Aliyah *Textile* dengan mengusung tema, “*Sosialisasi Digital Marketing dan Financial Kepada UMKM Aliyah Tektile*” pada tanggal 28 Oktober 2023, berlokasi di Pasar Klender Jl. Teratai Putih Raya Kelurahan Malaka Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur berjalan lancar. Kesuksesan acara ini, tidak luput dari peran aktif seluruh tim PKM dan keramahan dari pemilik toko.



Gambar 1. Foto Kegiatan PKM Ke Aliyah *Textile*

Sementara, metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh 12 orang dari mahasiswa program studi akuntansi, Universitas Panca Sakti Bekasi dengan berkolaborasi oleh dosen pengampu yaitu, Ibu Desy Arigawati., SE., Ak., M.Si., CPRBIA berlangsung sejak pukul 15.00 WIB sampai dengan 16.40 WIB, dengan rincian acara sebagai berikut : 15.01-15.10 WIB pembukaan acara PKM dengan membaca doa, 15.11-16.05 WIB

pemberian materi sosialisasi *digital marketing* dan *financial*, serta sesi diskusi, 16.06-16.30 WIB penyerahan plakat dan *souvenir* dari kampus ke Aliyah *Textile*, 16.31-16.40 WIB sesi foto bersama mahasiswa dengan pemilik Aliyah *Textile* dan penutupan acara dengan doa.

Adapun rincian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan materi yang disampaikan kepada Aliyah *Textile*, sebagai berikut ini :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan PKM

No	Jenis Kegiatan	Waktu						
		13.00-13.30	13.31-14.00	14.50-15.00	15.01-15.10	15.11-16.05	16.06-16.30	16.31-16.40
1	Berkumpul di Kampus PSU							
2	Sesi Foto Bersama di Kampus PSU							
3	Berangkat dari Kampus PSU Menuju Ke Aliyah <i>Textile</i>							
4	Tiba di Lokasi PKM (Aliyah <i>Textile</i>)							
5	<i>Opening</i> Acara PKM Dengan Membaca Doa							
6	Materi Sosialisasi <i>Financial</i> Kepada UMKM Aliyah <i>Textile</i>							

7	Materi Sosialisasi <i>Digital Marketing</i> Kepada UMKM Aliyah <i>Textile</i>							
8	Diskusi antara Mahasiswa dan <i>Owner</i> Aliyah <i>Textile</i>							
9	Penyerahan plakat dan <i>Souvenir</i> dari Kampus ke Aliyah, dan Aliyah ke Kampus							
10	Sesi foto Bersama Mahasiswa dan <i>Owner</i> Aliyah <i>Textile</i>							
11	Doa Penutup dan Izin Pamit ke <i>Owner</i> Aliyah <i>Textile</i>							

Sumber : Kegiatan PKM

Digital Marketing

Aliyah Textile

Aliyah Textile

Dapatkan Kain dengan berbagai Motif yang cantik untuk acara spesialmu hanya di Toko Aliyah Textile berbagai kain yang tersedia :

- Kain Batik
- Kain Kebaya
- Kain Lainnya

kain_aliyah
Jl. D. KPI Radjiman Widjodiningrat
No. 74, RT 5/RW 0, Jatinegara, Kota
Cekung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus
Jakarta Jakarta 12950, Jakarta, Indonesia,
12950

Target Pasar

1. Kain menjadi bahan baku utama fashion maupun pembuatan seragam sasaran yang tidak terbatas oleh semua usia. Pembagian target pasar hanya di bedakan dari corak atau gambar pada kain yang dijual.
2. Wilayah pemasaran Aliyah Textile untuk Offline wilayah Jakarta Timur & untuk online bisa dapat dari Market Place seperti Shopee, Tokopedia dan Media Sosial seperti Instagram dan Wa Bisnis.

Memahami Digital Marketing

Digital marketing sebagai pemanfaatan teknologi digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Soroti cakupan yang luas, mencakup saluran online seperti situs web, media sosial, dan Aplikasi seluler.

Keuntungan Digital Marketing

Jangkauan audiens yang lebih luas Efektivitas biaya Penargetan yang tepat Hasil yang dapat diukur Interaksi yang interaktif.

Saluran Utama Digital Marketing

1. Website
2. Pemasaran Media Sosial (SMM)
3. Pemasaran Pemasaran Konten
4. Pemasaran Influencer
5. Pemasaran Ecommerce/Market Place

Pemasaran Media Sosial (SMM)

Kekuatan platform media sosial Menciptakan konten yang menarik Komunikasi dua arah Memanfaatkan analitik untuk hasil yang lebih baik

Pemasaran Konten

Signifikansi pemasaran konten Memberikan informasi berharga Membangun otoritas merek Menciptakan dan mendistribusikan konten relevan dan menarik

Gambar 2. Materi Digital Marketing Ke Aliyah Textile



Pemahaman Awal

- Perusahaan Aliyah Textile adalah perusahaan bergerak dibidang UMKM, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia
- UMKM ini didirikan sebagai pemenuhan bahan-bahan yang berkaitan dengan textile, karena disekitar lokasi tempat kami berjualan, tidak ada toko bahan. Maka, kami mencoba mengambil peluang.

Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu:

- Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); dan
- Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan
- Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang). Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:
 - UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima.
 - UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
 - Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
 - Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakup dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar

Peluang Bisnis UMKM

Peran penting UMKM tidak hanya berarti bagi pertumbuhan di kotakota besar tetapi berarti juga bagi pertumbuhan ekonomi di pedesaan. Berikut beberapa peran penting UMKM

- UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.
- UMKM di Indonesia, sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penganggulangan masalah-masalah tersebut di atas.

Kendala UMKM

Data-data yang disebutkan sebelumnya telah membuktikan begitu besarnya peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia, meskipun demikian bisnis UMKM tidak selalu berjalan mulus, masih banyak hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal yang harus dihadapi para pelaku UMKM.

Risiko Bisnis UMKM

Dalam rangka memberikan pembiayaan kepada UMKM, bank perlu memperimbangan beberapa risiko bisnis UMKM, seperti

- Belum dimilikinya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan, sehingga menyulitkan pihak bank untuk mengetahui informasi mengenai usaha mereka secara lengkap
- Bisnis UMKM seringkali masih sederhana dalam mengelola keuangannya dan lemah dalam sistem pengendaliannya, sehingga rawan terhadap penyelewengan
- Pelaku UMKM biasanya belum memiliki strategi pemasaran produksinya.

Gambaran Umum Bisnis Sektor Perdagangan

Dari skema di atas, masing-masing aktifitas perlu mendapatkan perhatian. Misalnya:

- Dalam pembelian barang harus dibuatkan kalkulasi mengenai harga pokok pembelannya, karena akan menentukan harga penjualan barang dan margin yang diharapkan serta daya saing barang tersebut di pasar.
- Aktifitas penyimpanan perlu diperhitungkan besarnya biaya penyimpanan dan persediaan barang dagangan, karena akan memerlukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam persediaan untuk itu kualitas lokasi dan kapasitas pergudangan harus mendapatkan perhatian.
- Aktifitas penjualan menuntut strategi dan taktik pemasaran yang baik, khusus untuk sistem penjualan kredit dituntut collection yang baik, karena akan menentukan efisiensi penggunaan modal kerja dalam piutang.

Gambar 3. Materi Financial Ke Aliyah Textile

HASIL DAN PEMBAHASAN

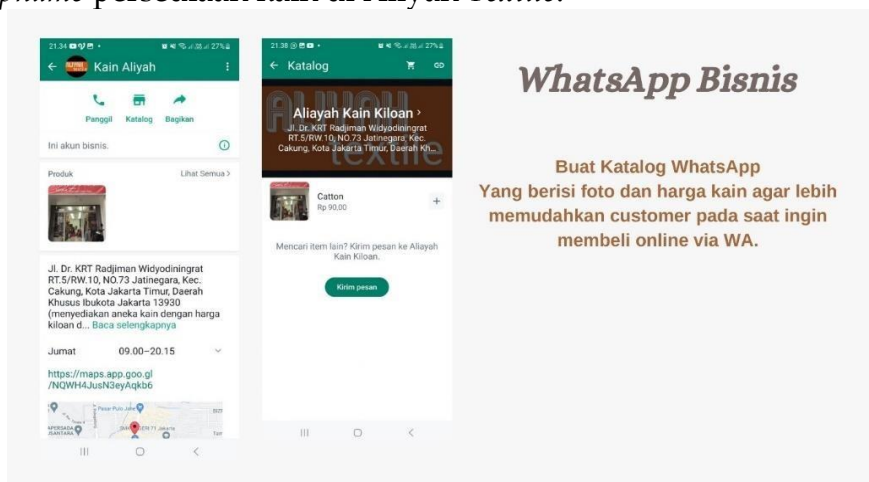
Aliyah Textile adalah UMKM perdagangan, jenis perdagangan ini adalah menjual kain secara Grosir (dalam jumlah besar), penjualan dilakukan secara *offline* dipasar *modern* yang terletak di Jakarta Timur, produk yang ditawarkan cukup beragam mulai dari merek mahal sampai merek yang tergolong murah. Dalam pengelolaan keuangan *Aliyah Textile* tergolong masih menggunakan manual, tidak menggunakan aplikasi atau pembukuan.

Secara akuntansi, untuk penjualan juga tidak ada nota atau kwitansi sebagai bukti pembayaran, dalam operasional juga tidak ada kontrol uang masuk dan keluar. Dalam pemasarannya *Aliyah Textile* belum sepenuhnya mengandalkan *Online* sebagai promosi, dikarenakan keterbatasan sumber daya dan pengelolaan yang masih belum maksimal, *Aliyah Textile* menggunakan pihak ke 3 sebagai sarana promosi tetapi masih belum ada hasil yang maksimal karena kalah persaingan.

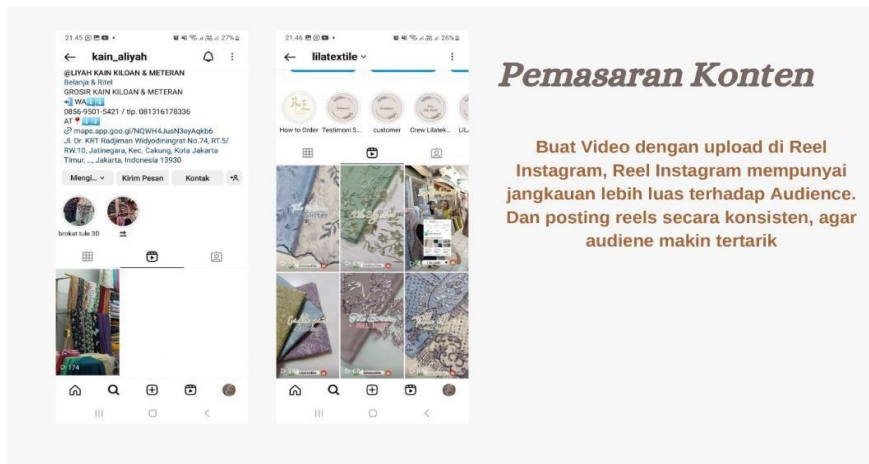
Dari gambaran secara umum mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Toko *Aliyah Textile*. Kami membuat beberapa rumusan kerangka sebagai solusi pemecahan masalah yang terjadi di *Aliyah Textile*, yaitu sebagai berikut : kami membantu memberikan informasi, bahwa pentingnya *digital marketing* dan *financial* kepada *owner* *Aliyah Textile*, dengan mengupdate bisnis ke arah *digital* dan membenahi tentang sistem pencatatan dan kelola *asset* yang dimiliki oleh *Aliyah Textile*, dapat membantu meningkatkan *performance* kinerja penjualan dan menambah *profit* bisnis.

Selain itu, kami menganalisa pemahaman *owner* mengenai sosialisasi yang kami sampaikan, terkait *digital marketing* dan *financial*. Dalam diskusi kami terhadap *owner*, bahwa faktor usia mempengaruhi kurang mengupdate ilmu mengenai bisnis dengan cara memaksimalkan teknologi. Dari penjabaran *owner* tersebut, maka kami berusaha memberikan pengolahan bisnis dengan cara *digital marketing* dan *financial* dalam sistem yang sederhana.

Setelah kerangka pemecahan masalah kami rumuskan, kami memutuskan membuat toko *online* untuk *Aliyah Textile* melalui *E-commerce*, seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Whatsapp Business*, *Feed Instagram*, serta *price list* dalam hal peningkatan penjualan dengan *digital marketing*. Dalam hal, membenahi laporan keuangan dan *stock* barang persediaan kain di *Aliyah Textile*, kami membuatkan contoh laporan laba rugi sederhana, beserta contoh *stock opname* persediaan kain di *Aliyah Textile*.



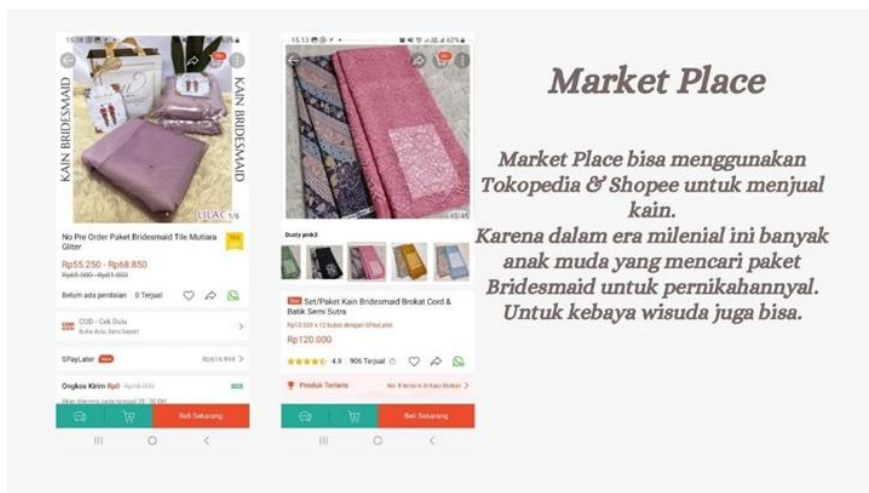
Gambar 4. *Whatsapp* Bisnis Untuk Aliyah *Textile*



Pemasaran Konten

Buat Video dengan upload di Reel Instagram, Reel Instagram mempunyai jangkauan lebih luas terhadap Audience. Dan posting reels secara konsisten, agar audiene makin tertarik

Gambar 5. Membuat *Reel Instagram* Untuk Aliyah *Textile*



Market Place

Market Place bisa menggunakan Tokopedia & Shopee untuk menjual kain.

Karena dalam era milenial ini banyak anak muda yang mencari paket Bridesmaid untuk pernikahannya. Untuk kebaya wisuda juga bisa.

Gambar 6. Penjualan Melalui *Market Place* Untuk Aliyah *Textile*



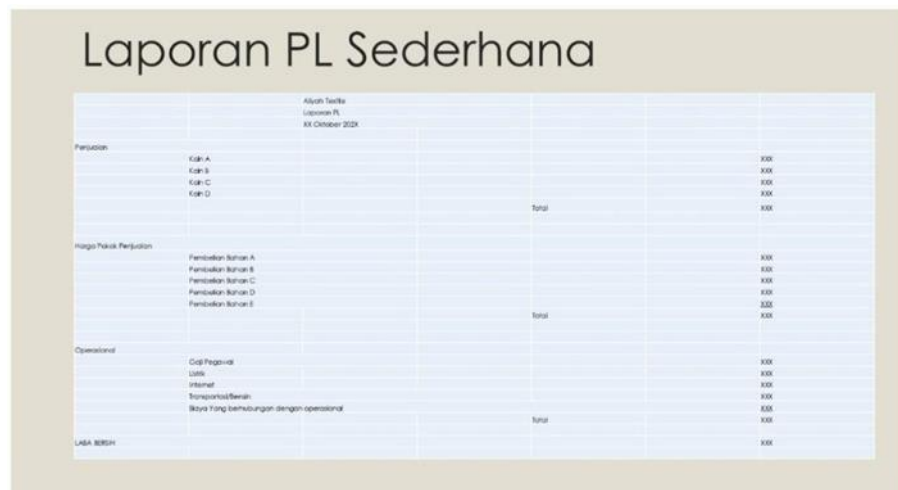
The poster features the Aliyah Textile logo at the top center, which includes the text 'ALIYAH TEXTILE' and 'kain kelas dan antara'. Below the logo, the title 'Aliyah Textile' is written in a large, elegant font, followed by 'Price List'. The main content is a table listing various fabric types and their prices per meter. The background is a light beige color with decorative floral and circular patterns in the corners.

Jenis Kain	Harga
Maxmara	35K/1m
Roberto	35K/1m
Satin	25K/1m
Velvet	30K/1m
Toyobo	35K/1m
Katun Jepang	35K/1m
Katun Rayon	30K/1m
Katun Linen	30K/1m
Brokat	75-250K/1m
Tile	15K/1m

Available on
Instagram : @kain.aliyah

Jl. Dr. KRT Radjiman Widyodiningrat No.74,
RT.5/RW.10, Jatinegara, Kec. Cakung, Kota
Jakarta Timur 13930

Gambar 7. Price List Untuk Aliyah Textile



The report is titled 'Laporan PL Sederhana' and is for 'Aliyah Textile' dated '30 October 2020'. It is presented as a table with columns for description, amount, and total. The report is divided into three main sections: Penjualan (Sales), Harga Pokok Penjualan (Cost of Goods Sold), and Operasional (Operational). The final result is 'LAGA BERSIH' (Net Income) of 1000.

Aliyah Textile			
Laporan PL			
30 October 2020			
Penjualan	Kain A		1000
	Kain B		1000
	Kain C		1000
	Kain D		1000
		TOTAL	4000
Harga Pokok Penjualan	Pembelian Bahan A		1000
	Pembelian Bahan B		1000
	Pembelian Bahan C		1000
	Pembelian Bahan D		1000
	Pembelian Bahan E		1000
		TOTAL	5000
Operasional	Gaji Pegawai		1000
	Uang		1000
	Internet		1000
	Transportasi Sewaan		1000
	Sewa Tang. berhubungan dengan operasional		1000
		TOTAL	5000
LAGA BERSIH			1000

Gambar 8. Laporan Profit Loss Sederhana Untuk Aliyah Textile

Laporan Stock Sederhana

ALYAH TEXTILE							
LAPORAN STOCK BARANG							
Per XXX Des 20xx							
Kode Barang	Nama Barang	Satuan	Stock Awal	Tgl	Stock Masuk	Stock Keluar	Stock Akhir

Gambar 9. Laporan *Stock* Sederhana Untuk Aliyah *Textile*

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada tanggal 28 Oktober 2023, setelah semua rangkaian kegiatan kami lakukan, kami dapat memberikan kesimpulan atas pelaksanaan kegiatan PKM, sebagai berikut:

1. Pengelolaan keuangan Aliyah *Textile* masih dilakukan secara manual, tidak menggunakan aplikasi atau pembukuan secara akuntansi, untuk penjualan juga tidak ada nota atau kwitansi sebagai bukti pembayaran, dalam operasional juga tidak ada kontrol uang masuk dan keluar yang menyebabkan risiko kesalahan pengambilan keputusan bisnis yang tepat.
2. Aliyah *Textile* belum sepenuhnya mengandalkan pemasaran *online* sebagai promosi, dikarenakan keterbatasan sumberdaya dan pengelolaan yang masih belum maksimal, sehingga kalah persaingan.
3. Pentingnya memberikan pelatihan dan pembinaan *Digital Marketing* dan *Financial* kepada UMKM dalam hal ini Aliyah *Textile* perlu meningkatkan kualitas dan nilai tambah produk sehingga membentuk potensi pemasaran tidak hanya di tingkat domestik namun juga ekspor.

Untuk meningkatkan keberhasilan PKM di masa mendatang, berikut hal – hal yang perlu mendapat perhatian:

1. Peningkatan kerjasama antara perguruan tinggi, pemerintah dan UMKM.
2. Pemberian pendampingan dan pembinaan berkelanjutan kepada pelaku UMKM setelah kegiatan PKM selesai.
3. Kegiatan difokuskan pada bidang-bidang tertentu yang menjadi kebutuhan UMKM dan melibatkan pihak ahli/praktisi tertentu sehingga menambah informasi yang lebih *optimal* dan dapat dimanfaatkan pelaku UMKM.
4. Mengadakan pelatihan terhadap karyawan Aliyah *Textile* terkait integritas, karena sedang marak sekarang penipuan yang dilakukan karyawan terutama pada bagain kasir dan pembayaran.
5. Senantiasa meningkatkan kreatifitas yang dimiliki oleh individu karyawan, agar bisa meningkatkan penjualan Aliyah *Textile*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang memberikan kami kesehatan dan *team* yang *solid* dalam melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat bertempat di Pasar Klender Jl. Teratai Putih Raya Kelurahan Malaka Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur pada tanggal 28 Oktober 2023 dengan kunjungan langsung ke Toko Aliyah *Textile*.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pengampu mata kuliah Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Panca Sakti Bekasi Tahun akademik 2023, yaitu Ibu Desy Arigawati., SE., Ak., M.Si., CPRBIA yang sudah membimbing dalam penyusunan laporan PKM dan jurnal penelitian ini.

Kami juga berterima kasih, kepada Bapak Dr. Leroy Holma Siahaan, M.Pd selaku Kepala LPPM Universitas Panca Sakti Bekasi yang telah membantu dalam *publish* jurnal ini. Kami juga berterima kasih, kepada *owner* Aliyah *Textile* Bapak Ilhamsyah dan Ibu Nurrochmah serta *staff* yang membantu selama PKM, serta semua pihak atas dukungannya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Jurnal ini, merupakan bentuk dedikasi kami terhadap dunia pendidikan dan membantu pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia dengan memberikan sosialisasi *digital marketing* dan *financial* kepada UMKM, khususnya Aliyah *Textile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. (2022). Financial Management Behavior Pada UMKM di Indonesia.
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.
- Dewi, Y. K. (2021). Determinan literasi keuangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm). *Jurnal Manajemen*, 13(3), 538-543.
- Dika, C. W., Rita, M. R., & Sakti, I. M. (2021). Financial Bootstrapping Dan Kinerja Umkm: Peran Moderasi Literasi Keuangan. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 26(1), 37. <https://doi.org/10.20961/jkb.v26i1.44726>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Fitriasandy, A. L., & Anam, A. K. (2022). Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Financial Teknologi, dan Modal Sosial Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 6(2), 66-77. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/> <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i3.9912>

- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Triwardhani, D., Marwan, D., Febrianty, Sudarmanto, E., Abdurohim BS, D., Sudirman, A., & S.Maggabarani, A. (2021). Marketing Digital Usaha Jurnal Akuntansi PRIMA, 4(1), 111-121.
- Kholis, A., Sulaiman, L., & Puddin, K. (2020). Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM. Sukarman, Anita, 2021. (2021). 546_[E book_FinanSiap]_Buku_Pintar_Finansial__Pengelolaan_Keuangan_untu k_UMKM.pdf (p. 48).
- Mikro. In Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents (Vol. 5, Issue 2).
- Pujiantoro, N., & Mohammad Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bringin Kecamatan Montong Kabupaten Tuban. Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 6(2), 168-175.
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12754>
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021). Peran financial technology dalam membantu umkm di tengah pandemi covid-19. EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan, 21(1), 57-63.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan>
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. Cakrawala, 10(2), 107-122.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, 10(1), 9-14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Saskia, D. H., & Yulhendri, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Binaan Rumah Kreatif BUMN. Jurnal Ecogen, 3(3), 365.
- Setiawan, P. A. A., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Gerokgak pada Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika, 12(2), 501-508.
- Setiyono, S. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Gaya Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Konstruksi PT. Pundikarya Sejahtera Bekasi. Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis, 12(1), 126-135. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.77>
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Kinerja, 19(1), 170-182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>

Umkm, M., Kecamatan, D. I., & Kabupaten, A. (2019). Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan. Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper, 259–271.

<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/sncp/article/view/2023%0Ahttp://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/sncp/article/download/2023/1684>

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada UMKM. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1).

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf> Dewan Penyunting. *Poros*, 15(1), 1–3.
<https://doi.org/10.24912/poros.v15i1.1257>