



ALTAMKIN
Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Journal website: <https://altamkin.al-anwar.id/index.php/i/index>

ISSN: 3089-3895 (Online)
<https://doi.org/10.61166/altamkin.v2i2.46>

Vol. 2 No. 2 (2026)
pp. 202-212

Research Article

Analisis Laporan Laba Rugi Pada Usaha Francise Es “Teh Desa” Di Mojolegi

Ilma Syahdani Maisaroh¹, Sherly Nur Agus Tasyah²

1. Program Studi S1 Manajemen, STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
2. Program Studi S1 Manajemen, STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia

Correspondent: lmasyahdani@gmail.com 



Copyright © 2026 by Authors, Published by Altamkin: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Jan 15, 2026
Accepted : July 13, 2026

Revised : Feb, 2026
Available online : July 15, 2026

How to Cite: Maisaroh, I. S., & Tasyah, S. N. A. (2026). Analisis Laporan Laba Rugi Pada Usaha Francise Es “Teh Desa” Di Mojolegi. *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 202–212. <https://doi.org/10.61166/altamkin.v2i2.46>

Abstrak.

Laporan laba rugi merupakan salah satu instrument penting dalam menilai kondisi keuangan suatu usaha. Menurut kasmir, laporan laba rugi berfungsi untuk menunjukkan kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis laporan laba rugi pada usaha franchise Teh Desa di Mojolegi milik Niki Dwi Pangestu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi dan wawancara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha franchise Teh Desa memiliki potensi keuntungan yang cukup tinggi dengan omzet harian rata-rata Rp900.000 dan dapat mencapai Rp1.100.000 pada hari ramai. Tingkat penjualan sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca, Dimana saat musim kemarau penjualan mencapai 250-300 cup perhari sedangkan pada musim hujan turun menjadi 150-200 cup per hari. Meskipun usaha ini menunjukkan profitabilitas yang baik, pencatatan laporan keuangan masih dilakukan secara sederhana sehingga belum memberikan Gambaran laba rugi yang terstruktur secara formal.

Kata Kunci: Laporan Keuangan, Laba Rugi, Franchise Minuman, Usaha Mikro

PENDAHULUAN

Perkembangan industri waralaba (*franchise*) sektor kuliner, khususnya minuman, di Indonesia menunjukkan pertumbuhan akseleratif yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dinamika ini didorong secara masif oleh pergeseran preferensi dan pola konsumsi masyarakat kontemporer, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja yang cenderung menyukai produk minuman praktis, variatif, dengan penetapan harga yang relatif terjangkau. Di era modern ini, penetapan strategi bisnis konvensional pada sektor perdagangan retail dituntut untuk mulai bergeser ke arah strategi yang lebih adaptif demi menjaga keberlanjutan unit usaha (Kusnandi dkk., 2024). Akselerasi penguatan ekonomi lokal ini tidak hanya bertumpu pada modernisasi fisik semata (Syaipudin & Awwalin, 2023), melainkan juga melalui optimalisasi manajemen bisnis yang kuat agar pelaku usaha mampu bertahan menghadapi persaingan pasar yang kian kompetitif.

Guna memperkuat daya saing entitas usaha di tengah iklim kompetisi yang dinamis, adopsi inovasi dan penguatan manajerial menjadi instrumen penting dalam meningkatkan produktivitas operasional sektor UMKM (Arifin dkk., 2025). Integrasi tata kelola yang baik terbukti efektif menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif, khususnya dalam menggerakkan perekonomian masyarakat di negara berkembang (Bahasoan dkk., 2025). Salah satu aspek yang memerlukan perhatian serius adalah penyelarasan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang harus diformulasikan secara adaptif demi menjangkau karakteristik unik lintas generasi selaku konsumen dominan (Syaipudin dkk., 2026). Selain memodernisasi strategi promosi produk melalui pemanfaatan media sosial (Syaipudin & Awwalin, 2022), para pelaku wirausaha juga dituntut untuk mulai menerapkan digitalisasi tata kelola internal secara komprehensif (Alviani & Munawaroh, 2025).

Proses digitalisasi yang merata pada sektor usaha bukan sekadar mengikuti tren melainkan bagian dari urgensi manajerial untuk menciptakan efisiensi kerja dan kemudahan aksesibilitas data keuangan (Murtiningsih & Caroline, 2024). Penguatan kapasitas usaha di tingkat lokal ini juga harus diimbangi dengan strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang berkelanjutan agar mampu memberikan kontribusi nyata bagi ekonomi daerah (Indah dkk., 2025). Pengusaha dari kalangan muda memegang peranan vital dalam menyuntikkan semangat inovasi guna membangun ekonomi kreatif berbasis komunitas lokal (Syaipudin, 2023). Untuk mendukung kemampuan komunikasi publik dan manajerial pengusaha muda tersebut, pembekalan kompetensi analisis dasar sangat diperlukan demi mempertajam keahlian tata kelola di era informasi (Syaipudin, 2025). Oleh sebab itu, pemanfaatan teknologi akuntansi seperti *Excel for Accounting* (EFA) menjadi langkah penting bagi sektor usaha mikro dalam meminimalkan celah operasional (Kania & Irawan, 2021).

Secara teoritis, akuntansi didefinisikan sebagai sistem informasi yang bertugas mengidentifikasi, mencatat, dan mengomunikasikan peristiwa ekonomi dari suatu entitas kepada para pengambil keputusan (Hery, 2017). Sebagai kumpulan prinsip yang dijadikan rujukan bersama, akuntansi berfungsi menyediakan informasi keuangan yang rapi, informatif, dan sistematis (Rudianto, 2012). Seluruh aliran transaksi keuangan yang terjadi dalam internal organisasi harus dialirkan melalui struktur sistem akuntansi yang dirancang sedemikian rupa untuk menjamin ketelitian data finansial (Mulyadi, 2016). Ketersediaan instrumen pelaporan yang valid dan akurat secara reguler diharapkan mampu meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta kredibilitas entitas bisnis di mata para pemangku kepentingan (Sari, 2018).

Bagi sektor entitas mikro, kecil, dan menengah, Ikatan Akuntan Indonesia (2016) telah menerbitkan pedoman teknis berupa Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) yang dirancang lebih sederhana. Namun, dalam tataran empiris, tingkat implementasi standar pelaporan keuangan yang baku di kalangan pelaku usaha mikro di Indonesia secara umum dinilai masih tergolong rendah (Rudiantoro & Siregar, 2012). Keterbatasan pemahaman teknis sering kali membatasi efisiensi manajerial, sehingga pencatatan keuangan yang dilakukan oleh pelaku usaha umumnya hanya sebatas pencatatan kas keluar dan masuk secara elementer (Nirwana dkk., 2023). Padahal, penerapan akuntansi secara teratur memiliki urgensi yang sangat tinggi bagi kelangsungan usaha demi memonitor kondisi riil kas dan menjadi dasar pengambilan keputusan strategis (Rahayu dkk., 2020).

Ketersediaan data akuntansi yang terekam secara berkala merupakan fondasi utama dalam melakukan analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja serta tingkat kesehatan finansial entitas (Kasmir, 2016). Melalui proses analisis laporan keuangan yang komprehensif, pemilik usaha dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai posisi keuangan, efisiensi operasional, serta hasil usaha yang dicapai dalam suatu periode akuntansi tertentu (Kasmir, 2022). Salah satu komponen vital dalam struktur laporan keuangan yang wajib dianalisis secara berkala adalah laporan laba rugi. Pemanfaatan laporan laba rugi memegang peranan krusial bagi pengelolaan keuangan usaha mikro karena berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengukur kinerja profitabilitas bisnis (Lidia dkk., 2025).

Secara substansial, struktur laporan laba rugi sangat dipengaruhi oleh fluktuasi biaya pembelian bahan baku serta beban pengeluaran transportasi operasional yang dikeluarkan oleh entitas usaha sepanjang periode berjalan (Putri & Sancoko, 2025). Melalui identifikasi komponen laba rugi yang komprehensif, seorang pemilik usaha dapat mendeteksi tingkat pendapatan kotor, mengontrol struktur beban operasional, serta mengetahui besaran laba bersih secara riil. Pengukuran

kinerja finansial melalui instrumen ini menjadi sangat mendesak bagi unit usaha berskala mikro yang memiliki perputaran kas harian yang cepat. Salah satu jenis usaha komersial yang memiliki karakteristik perputaran kas yang dinamis dan memerlukan analisis performa laba rugi secara mendalam adalah sektor waralaba minuman kekinian.

Kondisi empiris pertumbuhan bisnis waralaba minuman yang dinamis ini tercermin secara nyata pada unit usaha bernama "Teh Desa" yang beroperasi di wilayah Desa Mojolegi. Unit bisnis waralaba ini dimiliki dan dikelola secara mandiri oleh Niki Dwi Pangestu, seorang wirausahawan muda berusia sekitar 29 tahun yang merepresentasikan kontribusi generasi muda dalam menggerakkan ekonomi kreatif pedesaan. Usaha "Teh Desa" bergerak secara aktif di bidang penjualan produk minuman teh kekinian dengan diversifikasi produk yang variatif, meliputi varian rasa mangga, leci, *jasmine*, lemon, hingga stroberi. Sebagai bisnis *franchise* berskala mikro, pendirian usaha ini diinisiasi dengan alokasi investasi modal awal berkisar antara Rp30.000.000 hingga Rp33.000.000.

Komponen modal awal yang dialokasikan tersebut diserap secara menyeluruh untuk pemenuhan aspek legalitas berupa pembelian hak kemitraan *franchise*, pengadaan perlengkapan usaha, penyediaan *booth* penjualan, pembelian peralatan operasional, serta penyediaan stok bahan baku awal produksi. Sejak awal operasionalnya, keberadaan gerai "Teh Desa" di Desa Mojolegi ini cukup diminati oleh masyarakat sekitar karena letaknya yang strategis dan mampu menyasar pangsa pasar yang sangat luas lintas kalangan. Konsumen potensial usaha ini mencakup anak-anak sekolah yang berkunjung sepulang belajar, masyarakat umum, hingga segmen pekerja industri pabrik, seperti buruh pabrik triplek dan pabrik masker yang berlokasi di sekitar kawasan Mojolegi.

Mengingat volume penjualan harian yang fluktuatif serta struktur biaya operasional yang terus berjalan, analisis laporan laba rugi pada usaha "Teh Desa" menjadi hal yang sangat penting dan mendesak untuk dilaksanakan. Melalui pelaksanaan analisis laporan keuangan yang terstruktur, pemilik usaha dapat mengidentifikasi tingkat profitabilitas riil yang dihasilkan dari setiap varian rasa minuman teh yang terjual. Di samping itu, kajian mendalam terhadap laporan laba rugi ini secara ilmiah berfungsi sebagai instrumen evaluasi kritis untuk menilai efektivitas pengelolaan keuangan, mengontrol pengeluaran biaya operasional, serta merumuskan strategi bisnis jangka panjang yang akuntabel bagi keberlangsungan usaha waralaba tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus guna memahami fenomena secara mendalam dan holistik berdasarkan kondisi

alamiah yang terjadi langsung di lapangan (Sugiyono, 2022). Pendekatan ini secara spesifik difokuskan untuk menganalisis penyusunan laporan laba rugi pada usaha waralaba Teh Desa di Desa Mojolegi berdasarkan dinamika aktivitas operasional konvensional yang berlangsung sehari-hari.

Desain operasional pengumpulan data lapangan diorganisasikan melalui penggabungan tiga teknik utama, yaitu observasi langsung guna mengamati pola penjualan harian dan tingkat keramaian konsumen, wawancara mendalam dengan karyawan selaku informan kunci yang merepresentasikan realitas teknis pelayanan serta produksi, serta dokumentasi terbatas berupa foto lapak usaha sebagai bukti visual empiris objek penelitian mengingat ketiadaan arsip laporan keuangan formal.

Penerapan prosedur pengumpulan data yang berbasis pada pengamatan partisipatif dan perekaman informasi lisan secara langsung ini sejalan dengan prinsip dasar pelaksanaan riset lapangan terstruktur untuk mengeksplorasi fakta riil di tingkat akar rumput (Syaipudin, 2025). Selanjutnya, seluruh data deskriptif yang telah dihimpun dievaluasi dan diinterpretasikan secara naratif melalui teknik analisis deskriptif kualitatif untuk mengonstruksi estimasi pendapatan serta biaya operasional ke dalam sebuah format laporan laba rugi sederhana yang akurat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, gambaran umum entitas bisnis waralaba *franchise* Teh Desa yang berlokasi di Desa Mojolegi menunjukkan tren pertumbuhan operasional yang adaptif dan prospektif di wilayah tersebut. Unit usaha mikro yang bergerak di sektor minuman kekinian ini dimiliki dan dikelola secara mandiri oleh Niki Dwi Pangestu, seorang wirausahawan muda berusia sekitar 29 tahun. Pendirian gerai ini diinisiasi dengan alokasi investasi modal awal berkisar antara Rp30.000.000 hingga Rp33.000.000, yang diserap secara menyeluruh untuk pengadaan lisensi kemitraan merek, *booth* fisik, perlengkapan produksi dasar, pasokan bahan baku awal, serta instrumen pendukung lainnya. Secara strategis, keberhasilan perluasan pasar entitas ini didorong oleh ketepatan pemilik dalam mengidentifikasi ceruk pasar domestik secara berkala.

Hal ini sejalan dengan teori manajemen pemasaran yang menegaskan bahwa keberlanjutan sebuah usaha jangka panjang sangat ditentukan oleh ketajaman membaca kebutuhan pasar serta akurasi penentuan segmentasi konsumen secara spesifik (Kotler, 2012). Ketepatan penentuan segmentasi tersebut diimplementasikan secara empiris oleh Teh Desa Mojolegi dengan membidik kelompok konsumen berkategori aktif di kawasan sekitar, meliputi kalangan pelajar, anak-anak usia sekolah sepulang belajar, hingga mobilitas pekerja industri penunjang lokal seperti buruh pabrik triplek dan pabrik masker.

Eksistensi pangsa pasar yang potensial ini didukung penuh oleh pemilihan lokasi lapak fisik yang representatif dan strategis, yakni menempati area depan ruko karpet di Jalan Raya Ahmad Yani No. 34, Sawah, Mojolegi. Penempatan gerai pada koridor jalan utama dengan aksesibilitas tinggi ini menjadi faktor determinan utama dalam mendorong volume penjualan dan mempermudah akuisisi pelanggan tetap harian. Dinamika peningkatan kuantitas pembeli pada akhirnya menuntut pemilik melakukan restrukturisasi ketenagakerjaan, di mana jumlah karyawan yang semula hanya satu orang kini ditambah menjadi dua orang guna menciptakan pembagian kerja yang efektif melalui spesialisasi fungsi pelayanan transaksi pembelian dan fokus pada lini produksi minuman.

Sistem operasional penjualan yang diterapkan pada gerai Teh Desa Mojolegi berjalan melalui mekanisme tata kelola langsung yang teratur namun fungsional. Alur transaksi dimulai ketika pelanggan mendatangi lapak, memilih variasi menu, menyelesaikan kewajiban pembayaran secara tunai, dan pesanan akan segera diproses oleh karyawan secara simultan. Dalam aspek penetapan harga, manajemen menetapkan tarif dasar untuk satu *cup* es teh original sebesar Rp3.500, di mana nominal tersebut telah disesuaikan melalui kenaikan sebesar Rp500 dari tarif terdahulu senilai Rp3.000 akibat adanya fluktuasi lonjakan harga bahan baku di tingkat pemasok. Bagi konsumen yang menghendaki diversifikasi cita rasa tambahan seperti mangga, leci, *jasmine*, lemon, atau stroberi, dikenakan biaya tambahan senilai Rp2.000 per unit.

Penyesuaian skema tarif ini secara konseptual terbukti tidak menggeser kurva permintaan secara ekstrem, mengingat elastisitas harga produk masih berada pada batas kewajaran daya beli masyarakat penikmat komoditas retail (Marshall, 2013). Melalui skema operasional yang konsisten tersebut, performa finansial Teh Desa Mojolegi mampu membukukan perolehan omzet penjualan harian rata-rata sebesar Rp900.000, yang pada momentum hari ramai dapat mengalami eskalasi hingga mencapai Rp1.100.000. Jika diakumulasikan secara periodik dengan asumsi rata-rata waktu operasional penuh selama 30 hari kalender, maka proyeksi total pendapatan kotor dari penjualan produk menyentuh angka nominal Rp27.000.000 per bulan.

Angka akumulasi omzet yang cukup besar untuk ukuran usaha mikro ini mencerminkan tingginya perputaran persediaan bahan baku utama yang berhasil dikonversi menjadi unit penjualan komersial setiap harinya. Tingginya volume penjualan bulanan tersebut secara linier berimplikasi pada besarnya serapan alokasi beban biaya bahan baku pokok. Untuk mempertahankan output penjualan reguler es teh original dengan asumsi serapan rata-rata mencapai 255 *cup* per hari, manajemen mengeluarkan total biaya bahan baku bulanan sebesar Rp15.415.000. Komponen biaya ini meliputi pembelian bubuk teh senilai Rp1.500.000, gula putih harian sebanyak 15 kg dengan akumulasi Rp7.875.000, pengadaan kemasan *cup* 500 ml sebanyak 255

buah dengan total Rp2.250.000, serta sedotan senilai Rp450.000. Kebutuhan elemen es batu instan menghabiskan anggaran sebesar Rp3.240.000 yang diperoleh dari kalkulasi pembelian 18 *ball* sehari seharga Rp6.000 per *ball*, ditambah pengeluaran untuk air galon komersial sebanyak 5 unit per hari dengan total biaya bulanan sebesar Rp100.000 (Mulyadi, 2016).

Selain beban biaya variabel bahan baku, struktur pengeluaran bulanan Teh Desa Mojolegi juga dibentuk oleh pos beban tetap operasional serta beban tenaga kerja. Biaya kompensasi bagi 2 karyawan dianggarkan secara tetap dengan besaran Rp1.000.000 per individu, sehingga total beban gaji yang dikeluarkan adalah sebesar Rp2.000.000 per bulan (Indah dkk., 2025). Di samping itu, pemilik usaha menanggung beban umum operasional bulanan dengan total nilai Rp1.250.000, yang didistribusikan secara berkala untuk pemenuhan tagihan utilitas listrik sebesar Rp100.000, alokasi biaya sewa tempat usaha senilai Rp1.000.000, serta biaya logistik transportasi pengangkutan bahan baku dari pasar induk sebesar Rp150.000. Seluruh komponen aliran pendapatan dan pembebanan biaya tersebut kemudian dikonsolidasikan secara terstruktur ke dalam draf Laporan Laba Rugi formal periode satu bulan sebagai berikut:

Tabel 1. Laporan Laba Rugi Franchise Teh Desa Mojolegi

Periode: 1 Bulan

Keterangan	Parsial (Rp)	Total (Rp)
Pendapatan Penjualan		27.000.000
Harga Pokok Penjualan (Biaya Bahan Baku)	15.415.000	(15.415.000)
Laba Kotor (Gross Profit)		11.585.000
Beban-Beban Operasional:		
- Beban Gaji Karyawan	2.000.000	
- Beban Sewa Tempat	1.000.000	
- Beban Utilitas Listrik	100.000	
- Biaya Transportasi Bahan Baku	150.000	
Total Beban Operasional		(3.250.000)
Laba Bersih (Net Profit)		8.335.000

Sumber: Data Olahan Primer Hasil Penelitian Lapangan (2026)

Melalui pencermatan data finansial yang tersaji pada tabel laporan laba rugi di atas, diperoleh fakta empiris bahwa usaha *franchise* Teh Desa Mojolegi berhasil membukukan laba bersih murni sebesar Rp8.335.000 per bulan. Perolehan keuntungan bersih tersebut merepresentasikan performa rentabilitas usaha yang sangat sehat dan efisien, mengingat entitas ini mampu mereduksi pengeluaran beban

usaha di bawah ambang batas pendapatan kotor secara optimal. Hasil laba bersih ini menjadi indikator fundamental yang menegaskan tingkat efektivitas manajemen pemilik dalam mengeksekusi kendali biaya operasional dan mengonversi peluang pasar menjadi profit riil (Kasmir, 2022). Keberadaan profit yang stabil secara berkala berperan vital sebagai modal internal bagi bisnis skala mikro untuk mempertahankan ketahanan operasional dari fluktuasi ekonomi eksternal (Kasmir, 2016). Pemanfaatan instrumen laporan laba rugi ini memegang peranan krusial bagi pengelolaan keuangan usaha mikro karena berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengukur kinerja profitabilitas bisnis (Lidia dkk., 2025).

Meskipun secara akumulasi finansial usaha Teh Desa Mojolegi menunjukkan kinerja profitabilitas yang memuaskan, hasil evaluasi terhadap sistem administrasi akuntansinya mendeteksi adanya kelemahan mendasar. Berdasarkan hasil wawancara, pencatatan keuangan usaha masih dilakukan secara manual dan sederhana, serta belum memiliki dokumen laporan keuangan bulanan yang tersusun secara sistematis. Kondisi riil di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup lebar antara praktik pembukuan usaha mikro konvensional dengan instrumen teori akuntansi modern yang menuntut standardisasi pelaporan yang ketat (Rudiantoro & Siregar, 2012). Tata kelola administrasi keuangan yang masih bertumpu pada pencatatan memo manual di buku saku rentan menimbulkan risiko kekeliruan pencatatan, kehilangan data transaksi, serta bias interpretasi mengenai nilai riil kekayaan bersih aset usaha (Rudianto, 2012).

Ketiadaan dokumen laporan keuangan yang terstandarisasi berdasarkan SAK EMKM ini pada dasarnya disebabkan oleh keterbatasan kompetensi SDM serta adanya dominasi fokus kerja pemilik yang cenderung terserap penuh pada lini teknis produksi dan pemasaran (Nirwana dkk., 2023). Untuk meminimalkan celah kerentanan tersebut dan mendorong akselerasi perluasan usaha di era digital, manajemen Teh Desa Mojolegi perlu segera menginisiasi pembenahan internal melalui langkah-langkah strategis. Pemilik usaha direkomendasikan untuk mengadopsi aplikasi kasir digital berbasis gawai, melakukan rekapitulasi penjualan harian yang disiplin, menegakkan pemisahan kas usaha dari dana pribadi pemilik, serta mulai menyusun pelaporan bulanan sederhana berbasis *Excel for Accounting* (EFA) (Kania & Irawan, 2021).

Pada aspek keberlanjutan bisnis jangka panjang, operasional Teh Desa Mojolegi secara inheren senantiasa dihadapkan pada paparan risiko usaha yang dipicu oleh dinamika ketidakpastian pasar (Van Horne, 2011). Risiko operasional utama yang membayangi meliputi kerentanan penurunan omzet akibat anomali perubahan cuaca berupa musim hujan, ancaman kompresi margin laba akibat lonjakan inflasi harga bahan baku pokok, serta ketatnya tingkat persaingan bisnis sejenis di wilayah Mojolegi (Putri & Sancoko, 2025). Mengantisipasi tekanan eksternal

tersebut, pemilik usaha wajib mengoptimalkan peluang pengembangan bisnis secara adaptif (Alviani & Munawaroh, 2025). Peluang perluasan pasar tersebut dapat dieksekusi melalui strategi diversifikasi inovasi menu minuman panas saat musim penghujan, penguatan jangkauan promosi menggunakan platform media sosial interaktif, serta penyediaan fasilitas integrasi layanan pesan antar digital guna menangkap pergeseran perilaku belanja konsumen kontemporer (Murtiningsih & Caroline, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha franchise Teh Desa di Mojolegi milik Niki Dwi Pangestu menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik dengan laba bersih rata-rata Rp 8.440.000 per bulan. Penjualan dipengaruhi oleh kondisi cuaca, di mana musim kemarau memberikan omzet lebih tinggi dibandingkan musim hujan. Keuntungan usaha didukung oleh tingginya permintaan dari kalangan pelajar dan pekerja pabrik. Meskipun demikian, sistem pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana sehingga diperlukan penerapan sistem pencatatan yang lebih terstruktur agar analisis laporan laba rugi dapat dilakukan secara lebih akurat.

REFERENSI

- Alviani, N. A., & Munawaroh, M. (2025). Transformasi digital pada UMKM dalam meningkatkan daya saing pasar. *Master Manajemen*, 3(1), 134–140.
- Arifin, A., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi teknologi guna meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM dalam rangka ketahanan ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 145–158.
- Bahasoan, A. N., Indayani, B., & Azis, M. S. (2025). Transformasi digital pada UMKM: Penggerak pertumbuhan ekonomi dan inklusi di negara berkembang. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 5(1), 9–19.
- Hery. (2017). *Teori akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). *Standar akuntansi keuangan entitas mikro kecil dan menengah (SAK EMKM)*. Jakarta: IAI.
- Indah, C. L., Alfarizi, R., & Wahjono, S. I. (2025). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan ekonomi lokal di UMKM Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 5(2), 130–136.
- Kania, S., & Irawan, A. (2021). Penyusunan laporan keuangan UMKM menggunakan Excel for Accounting. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 39–48.
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kusnandi, W., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Strategi penjualan dan pemasaran dalam bisnis dagang retail di Toko Agung Jaya Kunir Wonodadi Blitar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 1(1), 1–13.
- Lidia, A., Valensia, R. A., Sakinah, N., Putri, M., & Syaipudin, L. (2025). Pemanfaatan laporan laba rugi dalam pengelolaan keuangan usaha mikro di Indonesia studi kasus pada toko kelontong di Kota Malang (Systematic Literature Review). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 2(1), 76–82.
- Mulyadi. (2016). *Sistem akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murtiningsih, D., & Caroline, R. T. M. (2024). Digitalisasi UMKM. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 7(3), 1387–1400.
- Nirwana, M., dkk. (2023). Analisis penerapan akuntansi pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) pengolahan gula aren. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 2(2), 305–315.
- Putri, M., & Sancoko, A. (2025). Pengaruh pembelian pembelian bahan baku dan biaya transportasi terhadap laporan laba rugi pada perusahaan PT. Xya laporan keuangan triwulan tahun 2020-2024. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(2).
- Rahayu, R., Rahmadhanti, R., & Widodo, T. (2020). Analisis manfaat penerapan akuntansi pada usaha kecil menengah. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(2), 110–122.
- Rudianto. (2012). *Pengantar akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Rudiantoro, R., & Siregar, S. V. (2012). Kualitas laporan keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 9(1), 1–20.
- Sari, D. P. (2018). Penerapan SAK EMKM pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 135–146.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syaipudin, L. (2023). Contribution of young entrepreneurs in building the creative economy of village communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 80–98.
- Syaipudin, L. (2025a). *Pengantar penelitian lapangan sederhana berbasis jurnalistik (Kualitatif, kuantitatif, R&D dan studi kepustakaan)*. Mojokerto: Dawarmiyata Press LPPM STIE Al-Anwar.
- Syaipudin, L. (2025b). Basic content analysis journalism training for Islamic communication and broadcasting students at UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 190–197.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada home industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31–42.

- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2023). Analysis traditional market revitalization for economic improvement of Kras Market Kediri. *MAR-Ekonomi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 32–41.
- Syaipudin, L., Luthfi, A., & Nikmah, M. A. (2026). Transformasi konsep marketing mix di era digital untuk menjangkau generasi Z. *Almawarid: Journal of Management and Business Sciences*, 2(1), 168–174.