

**ANALISIS PERTUMBUHAN OMZET PENJUALAN DAN
LABA USAHA SEBAGAI INDIKATOR KINERJA USAHA
PADA UMKM NOSTALGIA COFFE**



Disusun Oleh:

NABILA DESPARA

2022120003

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

**ANALISIS PERTUMBUHAN OMZET PENJUALAN DAN
LABA USAHA SEBAGAI INDIKATOR KINERJA USAHA
PADA UMKM NOSTALGIA COFFE**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Akutansi Universitas Prabumulih



Disusun Oleh:

NABILA DESPARA

2022120003

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PRABUMULIH
2026**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERTUMBUHAN OMZET PENJUALAN DAN LABA
USAHA SEBAGAI INDIKATOR KINERJA USAHA PADA
UMKM NOSTALGIA COFFE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Pada Program Studi Akuntansi Universitas Prabumulih

Oleh :

Nabila Despura
2022120003

Prabumulih, 9 Juni 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Emi Sukmawati S.E., M.S
NUPTK. 2053750651230140



Chairani Adelina S.E., M.Si
NUPTK. 8752770671230342

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Prabumulih



Chairani Adelina S.E., M.Si
NUPTK. 8752770671230342

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pertumbuhan Omzet dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha Pada UMKM Nostalgia *Coffe*” telah dipertahankan tim penguji tugas akhir program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih pada tanggal 23 juni 2026.

Prabumulih, 23 Juni 2026

Tim Penguji Skripsi

Ketua:

Emi Sukmawati S.E.,M.Si

NUPTK. 2053750651230140

Anggota:

1. Chairani Adelina S.E.,M.Si
NUPTK. 8752770671230342

2. Meirani Betriana S.E.,M.Si
NUPTK.0837761662231272

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Hj. Desliana, S.E.,M.M

NUPTK: 2544740641230233

Chairani Adelina, S.E.,M.Si

NUPTK, 8752770671230342

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nabila Despara

NIM : 2022120003

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa, skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan tidak terdapat karya orang lain, apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dipertanggungjawabkan sebagai hasil *plagiasi*, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang pertakualitas perbuatan tersebut.



Prabumulih, 09 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Nabila Despara

NIM. 2022120003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah, 94: 5-6)

“Tidur selalu tak tenang, pagi selalu menyiksa semua akan baik saja sebab tuhan tlah berjanji setelah sempit ada kemudahan, kita miliknya semua telah tertulis dan akan kembali padanya”

(Raim Laode- Bersenja Gurau)

Kupersembahkan Kepada:

1. Kedua Orang Tua Ku Tersayang
2. Saudara Kandungku Tersayang
3. Keluarga Besarku Tersayang



ABSTRAK

Analisis Pertumbuhan Omzet Penjualan Dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha Pada Umkm Nostalgia Coffe

Nabila Despara, 2022120003, 2026

Penelitian ini mendalami peran penting pemasaran dalam meningkatkan Omzet penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Artikel ini menguraikan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penerapan digital marketing, branding, strategi harga yang tepat, dan peran promosi dalam menarik pelanggan. Melalui studi pustaka, ditemukan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan visibilitas UMKM dan mengoptimalkan kinerja penjualan mereka secara signifikan. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi digital marketing dapat mengalami peningkatan Omzet hingga 50%. Penelitian ini menyoroti pentingnya dukungan pemerintah dan upaya kolaboratif untuk meningkatkan akses UMKM terhadap pelatihan dan informasi pemasaran. Diharapkan artikel ini memberikan wawasan yang berguna bagi para pelaku UMKM dan pemangku kepentingan terkait untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Umkm, Marketing, Omzet

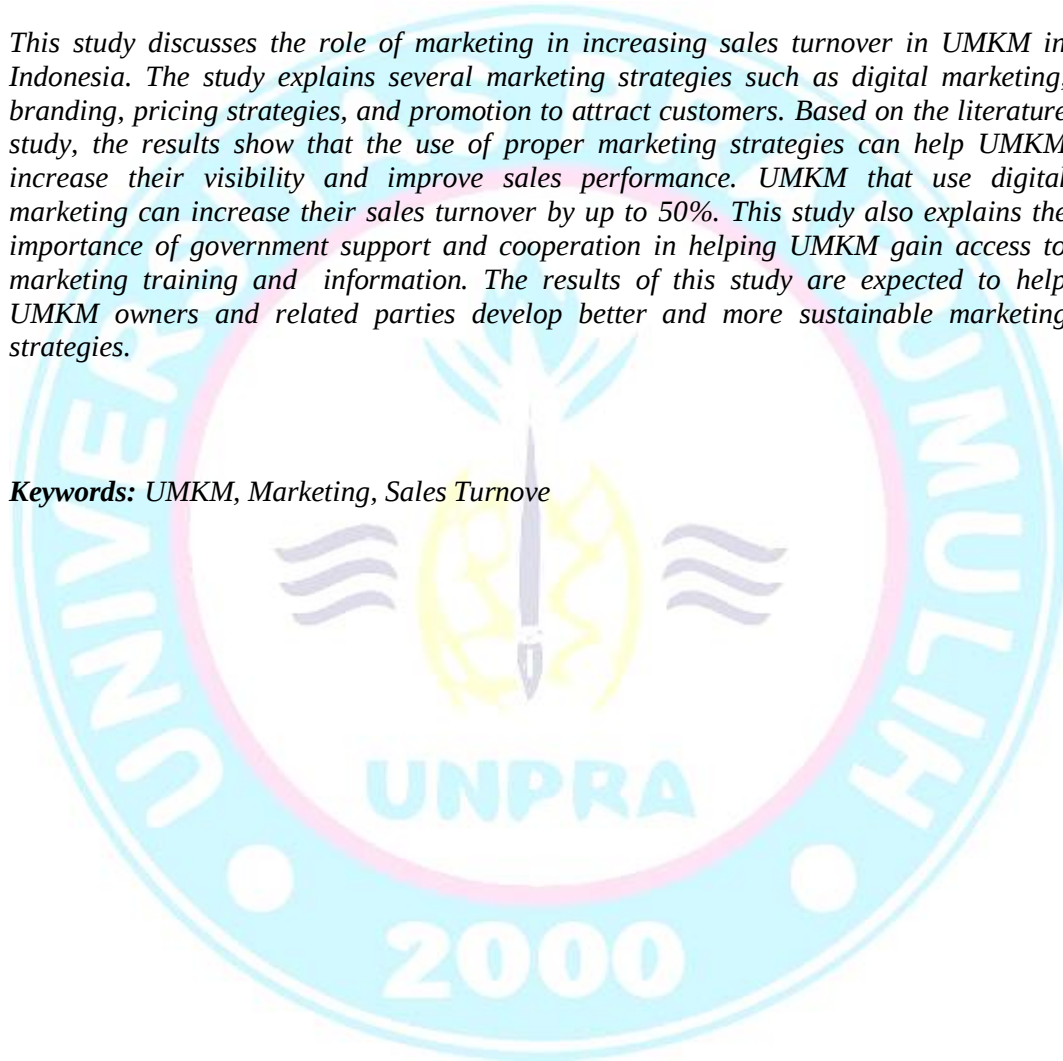
ABSTRACT

Analysis of the Role of Sales Turnover in Increasing Business Profit at Nostalgia Coffe UMKM

Nabila Despara, 2022120003, 2026

This study discusses the role of marketing in increasing sales turnover in UMKM in Indonesia. The study explains several marketing strategies such as digital marketing, branding, pricing strategies, and promotion to attract customers. Based on the literature study, the results show that the use of proper marketing strategies can help UMKM increase their visibility and improve sales performance. UMKM that use digital marketing can increase their sales turnover by up to 50%. This study also explains the importance of government support and cooperation in helping UMKM gain access to marketing training and information. The results of this study are expected to help UMKM owners and related parties develop better and more sustainable marketing strategies.

Keywords: *UMKM, Marketing, Sales Turnove*



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “ Analisis Pertumbuhan Omzet Penjualan dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha Pada UMKM Nostalgia *Coffe*” dengan baik dan lancar. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Haidar Wady, S.E., M.Si. selaku ketua yayasan Pendidikan Prabumulih
2. Bapak Suhardiman Gumanti S.T.,M.T. selaku Wakil Ketua Yayasan Pendidikan Prabumulih.
3. Ibu Dr. Yuniar Pratiwi, S.Si.,M.Si selaku Rektor Universitas Prabumulih.
4. Dr. Hj. Desliana, S.E., M,M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.
5. Ibu Chairani Adelina, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih.
6. Ibu Emi Sukmawati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dengan penuh rasa hormat, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Segala saran, kritik, dan ilmu yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi saya, tidak hanya dalam penyelesaian skripsi ini tetapi juga dalam perjalanan akademik dan pengembangan diri kedepannya. Saya menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan yang tulus, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik segala arahan dan nasihat ibu akan selalu saya ingat dan dijadikan bekal berharga dalam perjalanan akademik saya ke depannya.
7. Ibu Chairani Adelina, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dengan penuh rasa hormat, saya

mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Segala saran, kritik, dan ilmu yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi saya, tidak hanya dalam penyelesaian skripsi ini tetapi juga dalam perjalanan akademik dan pengembangan diri kedepannya. Saya menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan yang tulus, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik segala arahan dan nasihat ibu akan selalu saya ingat dan dijadikan bekal berharga dalam perjalanan akademik saya ke depannya.

8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi dan seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prabumulih terima kasih telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
9. Pemilik usaha *Nostalgia Coffe* yang telah memberikan izin dan membantu untuk melakukan penelitian ini.
10. Cinta pertama dan pintu surgaku, bapak dan mak. Mereka memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun mereka mampu mengantarkan penulis. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah putus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah mengantarkan nabila sampai dititik ini ya bak, mak. Terima kasih sudah berjuang untukku, membesarkanku dan mendidikku sampai mendapatkan gelar sarjana pertama dikeluarga kita ini. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil membahagiakan kalian. Hidup lebih lama.
11. Saudara kandungku Sapendra Purnama, Agung Dwi Rizki, Okta Riani beserta 2 ayuk iparku dan keponakanku tersayang. Terima kasih atas segala cinta kasih sayang, dukungan doa-doa baik yang selalu dipanjatkan. Terima kasih sudah menjadi salah satu alasan penulis semangat mengejar semuanya, tunggu aku bisa bahagiain kalian ya.
12. Keluarga Besar saya mengucapkan terimakasih yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat selama proses penyusunan ini. Terima

kasih atas perhatian, motivasi, dan kebersamaan yang selalu diberikan, sehingga penulis memiliki kekuatan untuk terus berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis sangat bersyukur memiliki keluarga yang selalu memberikan dorongan positif dan kepercayaan kepada penulis.

13. Terimakasih kepada Sahabat Seperjuangan penulis Dora Ananta, Serly Diah, Muhamad Bayudi, dan yang lainnya terima kasih telah menjadi pendengar yang baik atas cerita suka dan duka serta selalu memberikan dukungan, semangat, doa, serta kebersamaan yang tak ternilai yang tiada henti kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan skripsi ini. Setiap canda, nasihat, dan perhatian yang diberikan telah memberikan warna tersendiri dalam proses ini. Terima kasih telah menghibur dan membantu penulis dengan segala tingkah lucu dan manisnya. Tetaplah menjadi pribadi hebat yang saling menguatkan, dan semoga persahabatan ini terus tumbuh, tak lupa oleh waktu
14. Kepada manusia yang berada digrub wa “Ten Strong Women” terima kasih atas waktu selama perjalanan kuliah sampai akhir dimana kita menjadi sarjana. Terima kasih. Atas kebersamaan, tawa, dukungan, semangat, suka dan duka yang kita rasakan bersama, setiap momen yang kita lalui bersama tidak akan terlupakan menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini. Dukungan dan perhatian yang kalian berikan menjadi salah satu alasan penulis mampu melewati berbagai tantangan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga persahabatan ini tetap terjaga dan kita semua diberikan kesuksesan di jalan masing-masing. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam cerita perjuangan ini tetap jaga komunikasi dan bertukar cerita ya sukses selalu teman-teman ku
15. Kepada teman-teman angkatan 2022 terutama di Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terima kasih teman seperjuangan satu kelas satu atap suka maupun duka yang pernah kita lalui bersama, semoga kita semua menjadi orang sukses Aamin.
16. Banyak pihak yang tak mampu penulis sebutkan satu per satu, namun setiap jejak kebaikan, uluran tangan, dan doa tulus yang hadir di sepanjang proses ini adalah bagian penting yang tak tergantikan. Terima kasih atas

tawa, nasihat dan bahu yang menguatkan dalam setiap proses yang penuh tantangan ini.

17. Terakhir, penulis ingin mengungkapkan terima kasih kepada diri sendiri.

Teruntuk Nabila Despara, anak perempuan harapan orang tuanya. Terima kasih telah hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan didepan terasa gelap, ketika keraguan datang silih berganti, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih karena tetap memilih untuk melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini akan membawa. Terima kasih karena telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya. Terima kasih karena sudah mempercayai proses, meski hasil belum sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan paling penting terima kasih karena sudah berani memilih, memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. Aku bangga padamu SEMANGAT.

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN INTEGRITAS.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batas Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian UMKM.....	6
2.1.2 Peran UMKM dalam Perekonomian.....	7
2.1.3 Pengertian Omzet Penjualan	8
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Omzet.....	8
2.1.5 Pengertian Kinerja Usaha.....	11
2.1.6 Pengaruh Omzet Penjualan terhadap Kinerja Usaha.....	12
2.1.7 Pengertian Kinerja Keuangan.....	13
2.1.8 Pengertian Biaya Operasional	14
2.1.9 Pengertian Laba Usaha	14

A. Unsur – unsur Laba.....	15
2.1.10 Pengaruh Laba Usaha terhadap Kinerja Usaha	19
2.1.11 Indikator Pertumbuhan Omzet	19
2.1.12 Indikator Pertumbuhan Laba Usaha	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.2 Data Penelitian	25
A Jenis Data	25
B. Sumber Data	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
a. Populasi	29
b. Sampel	30
c. Teknik Sampling	30
3.5 Metode Analisis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambar Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Singkat UMKMNostalgia Coffe.....	37
4.1.2 Visi dan Misi Nostalgia Coffe.....	37
1. Visi	37
2. Misi	38
4.1.3 Struktur Organisasi UMKM Nostalgia Coffe	38
1. Pembagian Tugas Kegiatan Usaha.....	39
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Deskripsi Data Penelitian.....	42
4.2.2 Perhitungan Indikator Kinerja UMKM Nostalgia Coffe	45
4.3 Pembahasan	50

4.3.1 Indikator Kinerja UMKM Berdasarkan Pertumbuhan Omzet	50
4.3.2 Indikator Kinerja UMKM Berdasarkan Laba	52
BAB V PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Omzet Penjualan.....	3
Tabel 4.1. Data Omzet Penjualan, Laba Usaha, Modal Dan Biaya Operasional	42
Tabel 4.2. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Penjualan Nostalgia Coffe.....	51
Tabel 4.3. Perhitungan Pertumbuhan Laba Pada Nostalgia Coffe	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Nostalgia Coffe.....	39
Grafik 4.1 Omzet dan Laba Usaha.....	44



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja serta peningkatan pendapatan masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah usaha kuliner, khususnya kedai kopi. Perkembangan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkumpul, bekerja, dan bersantai menyebabkan meningkatnya jumlah usaha *coffe shop*, termasuk UMKM *Nostalgia Coffe*. Dalam menjalankan usaha, pelaku UMKM berupaya meningkatkan omzet penjualan sebagai cara utama untuk memperoleh laba.

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai keberhasilan suatu usaha adalah pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha. Omzet penjualan mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan dari aktivitas penjualan, sedangkan laba usaha menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan setelah memperhitungkan biaya operasional. Pertumbuhan omzet dan laba yang positif dari waktu ke waktu mengindikasikan bahwa kinerja usaha mengalami peningkatan, sedangkan penurunan pada kedua indikator tersebut dapat menjadi sinyal adanya permasalahan dalam pengelolaan usaha.

Menurut Wehelmina Rusmawas, (2021) Kinerja usaha adalah tingkat keberhasilan suatu usaha atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, seperti memperoleh laba, meningkatkan penjualan, serta mempertahankan kelangsungan usaha. Secara umum, kinerja usaha dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai oleh suatu usaha dalam periode tertentu yang dapat dilihat dari berbagai indikator, seperti tingkat pendapatan, keuntungan yang diperoleh, efisiensi penggunaan sumber daya, serta kemampuan usaha dalam bersaing di pasar. Kinerja usaha juga menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengelola sumber daya yang dimilikinya, untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Widaryanti (2022), laba usaha merupakan selisih antara pendapatan dengan seluruh biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kaitan antar variabel dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*. Omzet penjualan merupakan total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk dalam periode tertentu, sedangkan laba usaha merupakan keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi dengan biaya operasional yang dikeluarkan selama kegiatan usaha.

Hubungan antara omzet penjualan dan laba usaha bersifat positif. Artinya, semakin tinggi omzet penjualan yang diperoleh maka semakin besar pula laba usaha yang dihasilkan, selama biaya operasional dapat dikendalikan dengan baik. Sebaliknya, apabila omzet penjualan menurun maka laba usaha yang diperoleh juga cenderung menurun. Dengan demikian, omzet penjualan dan laba usaha memiliki hubungan yang erat dalam menentukan kinerja usaha. Peningkatan omzet penjualan dapat menunjukkan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan laba usaha dan menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki kinerja yang baik.

Indikator ini sering digunakan sebagai tolok ukur kinerja usaha karena dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari aktivitas operasionalnya, yang mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan bersih. Indikator-indikator tersebut telah banyak digunakan dalam penelitian UMKM sebagai tolok ukur kinerja usaha karena menyediakan informasi empiris yang kuat tentang efektivitas manajerial dan kekuatan daya saing UMKM di pasar yang kompetitif, UMKM *Nostalgia Coffe* merupakan usaha mikro kecil menengah yang bergerak di sektor kuliner khususnya jasa penyajian minuman kopi dan makanan ringan.

Produk utama yang ditawarkan antara lain berbagai macam varian kopi seperti *espresso*, *latte*, *cappuccino*, serta pilihan minuman non-kopi pendukung lainnya. Omzet penjualan pada UMKM *Nostalgia Coffe* dihitung dari seluruh pendapatan penjualan yang diperoleh dalam periode tertentu. Menjadi indikator utama dalam menilai seberapa efektif usaha ini menarik pelanggan serta

mempertahankan penjualan. Laba usaha, yang berasal dari selisih antara pendapatan penjualan dan seluruh biaya operasional termasuk bahan baku, gaji, sewa tempat, dan biaya lain, mencerminkan efisiensi pengelolaan usaha serta profitabilitas bisnis kopi tersebut.

Tabel 1.1 Omzet penjualan 2025 (dalam rupiah)

Nostalgia Coffe			
2025			
No	Bulan	Penjualan (Omzet)	Laba Usaha
1	Jan	70,231,000.00	34,815,500.00
2	Feb	65,308,000.00	32,224,000.00
3	Mar	56,730,000.00	27,996,000.00
4	Apr	94,492,000.00	46,721,000.00
5	Mei	115,800,000.00	57,843,500.00
6	Juni	96,691,000.00	48,045,500.00
7	Juli	113,824,000.00	56,463,000.00
8	Agst	123,882,000.00	61,641,000.00
9	Sept	120,956,000.00	61,234,000.00
10	Okt	207,427,000.00	108,820,000.00
11	Nov	185,616,000.00	97,384,000.00
12	Des	189,232,000.00	100,078,000.00
	Total	1,440,189,000.00	733,265,500.00

Sumber: UMKM Nostalgia Coffe

Berdasarkan data penjualan dan laba usaha UMKM Nostalgia Coffe tahun 2025, dapat diketahui bahwa omzet penjualan mengalami fluktuasi setiap bulan. Pada awal tahun, yaitu bulan Januari, penjualan mencapai Rp 70.231.000 dengan laba usaha sebesar Rp 34.815.500. Namun pada bulan Februari dan Maret terjadi penurunan penjualan menjadi Rp 65.308.000 dan Rp 56.730.000 dengan laba usaha masing-masing sebesar Rp 32.224.000 dan Rp 27.996.000. Penurunan tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh faktor permintaan konsumen yang belum stabil pada awal tahun.

Memasuki bulan April hingga September, penjualan mulai mengalami peningkatan secara bertahap. Pada bulan Mei penjualan mencapai Rp 115.800.000 dengan laba usaha sebesar Rp 57.843.500. Selanjutnya pada bulan Juli hingga September penjualan tetap berada pada tingkat yang cukup tinggi, yaitu di atas Rp 113.000.000 dengan laba usaha lebih dari Rp 56.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Nostalgia Coffe mampu meningkatkan penjualan seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Puncak penjualan terjadi pada bulan Oktober dengan omzet sebesar Rp207.427.000 dan laba usaha mencapai Rp108.820.000. Meskipun pada bulan November terjadi sedikit penurunan menjadi Rp185.616.000, penjualan kembali meningkat pada bulan Desember menjadi Rp189.232.000 dengan laba usaha Rp100.078.000. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa omzet penjualan memiliki hubungan yang searah dengan laba usaha, dimana peningkatan penjualan akan diikuti oleh meningkatnya laba usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha *Nostalgia Coffe* pada tahun 2025 tergolong baik karena mampu menghasilkan keuntungan yang cukup stabil.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pertumbuhan Omzet Penjualan Dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha Pada Umkm Nostalgia Coffe**”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam mengelola penjualan dan biaya secara lebih efektif.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*?

1.3.Batas Penelitian

Penelitian ini hanya membahas pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*.

1.4.Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*.

1.5.Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memiliki manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi dan manajemen UMKM, khususnya terkait hubungan antara omzet penjualan dan laba usaha.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM Nostalgia *Coffe*

Memberikan Informasi mengenai pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha sehingga manajemen dapat merancang strategi penjualan.

b. Bagi Penulis

Membantu penulis memahami cara pengumpulan, pengolahan, dan analisis data keuangan UMKM secara sistematis

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan masukan terkait pentingnya pencatatan omzet dan pengelolaan laba sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian UMKM

Menurut Anwar (2022) dalam bukunya, Usaha mikro, kecil dan menengah UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis ,UMKM mampu tetap berdiri pengalaman tersebut telah menyadarkan banyak pihak untuk memberikan porsi lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil dan menengah pemerintah dan legislatif membuktikan perhatiannya terhadap UMKMDengan memunculkan UU nomor. 20 tahun 2008 tentang UMKM.

Menurut Rince Tambunan, (2025) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas bisnis yang sangat penting bagi struktur ekonomi Indonesia. Berdasarkan pengalaman di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, sektor ini berfungsi sebagai motor penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi angka pengangguran, dan mendukung pertumbuhan pendapatan masyarakat. UMKM memiliki potensi yang besar untuk berkontribusi dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta menyediakan produk dan layanan yang dibutuhkan masyarakat luas.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan UMKM ialah usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok usaha dengan skala kecil hingga menengah. Usaha ini umumnya dikelola secara mandiri, baik dari segi modal, operasional, maupun pengambilan keputusan. UMKM memiliki fleksibilitas tinggi sehingga mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar.Selain itu, UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu penggerak utama perekonomian, khususnya di tingkat daerah dan nasional.

2.1.2 Peran UMKM dalam Perekonomian

Menurut Rince Tambunan, (2025) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam pembangunan ekonomi, khususnya di Indonesia. Dengan kontribusi yang tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, UMKM juga berperan dalam stabilitas ekonomi, distribusi pendapatan, dan mendorong kemandirian ekonomi rakyat. UMKM menjadi sisi penting dalam upaya pencapaian stabilitas ekonomi. Dengan pertumbuhan yang pesat dari 2019 hingga 2021, UMKM di Indonesia menunjukkan potensi yang besar dalam memperkuat ekonomi lokal dan nasional.

Menurut Kuncoro, (2021) Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya membantu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, tetapi juga berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di suatu daerah. Dengan banyaknya UMKM yang berkembang di berbagai sektor usaha, masyarakat memiliki kesempatan yang lebih luas untuk memperoleh pekerjaan maupun membuka usaha secara mandiri. Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu sektor yang mampu memperkuat struktur perekonomian nasional.

Selain itu, UMKM juga berperan dalam pemerataan distribusi pendapatan masyarakat. Melalui kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM, pendapatan masyarakat dapat meningkat sehingga kesejahteraan ekonomi masyarakat juga mengalami peningkatan. UMKM umumnya berkembang di berbagai wilayah, baik di perkotaan maupun di pedesaan, sehingga mampu membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antar daerah. Dengan demikian, UMKM menjadi salah satu sarana yang efektif dalam mendorong pembangunan ekonomi yang lebih merata dan berkelanjutan.

Dapat disimpulkan bahwa peran UMKM sangat penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, khususnya di Indonesia. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, UMKM juga berperan dalam memperkenalkan budaya serta cita rasa lokal melalui produk yang dihasilkan. Keberadaan UMKM

membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, UMKM menjadialah satu sektor utama yang mendukung stabilitas dan perkembangan ekonomi di Indonesia.

2.1.3 Pengertian Omzet Penjualan

Menurut Muhammad Hasan, (2024) Omzet penjualan adalah total nilai penjualan barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu usaha dalam periode tertentu sebelum dikurangi berbagai biaya yang dikeluarkan. Omzet ini mencerminkan keseluruhan pendapatan kotor yang diperoleh dari aktivitas utama perusahaan, baik melalui penjualan secara tunai maupun kredit. Besarnya omzet penjualan sangat dipengaruhi oleh volume penjualan, harga produk, strategi pemasaran, serta kondisi pasar yang dihadapi oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, omzet penjualan sering digunakan sebagai indikator awal untuk menilai tingkat aktivitas dan perkembangan suatu usaha, meskipun belum dapat menggambarkan keuntungan yang sebenarnya karena belum memperhitungkan biaya operasional yang dikeluarkan.

Menurut Iin Khairunnisa, (2022), omzet penjualan merupakan total nilai yang diperoleh perusahaan dari penyerahan barang atau jasa kepada pelanggan dalam satu periode tertentu sebagai bagian dari aktivitas operasional utama. Nilai penjualan ini dapat berasal dari transaksi yang dilakukan secara tunai maupun kredit, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan dan mendistribusikan produk kepada konsumen. Selain itu, penjualan juga menjadi sumber utama pendapatan yang sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, karena dari penjualan tersebut perusahaan dapat menutup biaya operasional dan memperoleh laba. Oleh karena itu, penjualan sering dijadikan sebagai salah satu indikator penting dalam menilai kinerja dan pertumbuhan suatu perusahaan dalam periode tertentu.

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Omzet

Menurut Putri & Juniarti, (2021) penjualan tidak hanya ditentukan oleh aktivitas menjual semata, tetapi oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Nilai tersebut dibentuk melalui kombinasi yang tepat antara

produk yang berkualitas, harga yang sesuai, distribusi yang mudah dijangkau, serta promosi yang efektif. Keempat unsur tersebut dikenal sebagai bauran pemasaran yang berperan penting dalam menarik minat konsumen. Jika perusahaan mampu mengelola unsur-unsur tersebut dengan baik, maka tingkat penjualan akan meningkat. keberhasilan penjualan sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang mampu memberikan nilai dan kepuasan bagi pelanggan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi omzet penjualan, yaitu sebagai berikut:

1. Harga Produk

Harga produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penentuan harga yang sesuai dengan kualitas produk serta kemampuan daya beli konsumen akan meningkatkan minat beli pelanggan. Jika harga yang ditawarkan dianggap wajar dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat konsumen, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi kualitas yang kurang baik. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat dapat membantu meningkatkan jumlah penjualan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omzet usaha.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga lebih diminati oleh konsumen. Kualitas produk dapat dilihat dari berbagai aspek seperti rasa, bahan baku yang digunakan, tampilan produk, daya tahan, serta kebersihan produk. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian dan bahkan melakukan pembelian ulang. Dengan demikian, kualitas produk yang konsisten dan terjaga dengan baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan omzet usaha

3. Promosi

Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat atau calon konsumen. Melalui kegiatan promosi, pelaku usaha dapat menyampaikan informasi mengenai keunggulan, manfaat, serta kualitas produk yang ditawarkan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pemasangan spanduk, penyebaran brosur, pemberian diskon, promosi melalui media sosial, maupun melalui rekomendasi dari pelanggan. Promosi yang dilakukan secara efektif dan berkelanjutan dapat menarik perhatian konsumen serta meningkatkan minat beli, sehingga dapat mendorong peningkatan penjualan dan omzet usaha.

4. Pelayanan kepada Konsumen

Pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik, ramah, cepat, dan responsif akan memberikan kesan positif kepada konsumen. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung akan kembali melakukan pembelian di tempat yang sama serta merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan omzet penjualan.

5. Lokasi Usaha

Lokasi usaha merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, terutama bagi usaha yang berhubungan langsung dengan konsumen. Lokasi usaha yang strategis, mudah dijangkau, serta berada di lingkungan yang ramai akan memudahkan konsumen untuk menemukan dan mengunjungi tempat usaha tersebut. Selain itu, lokasi yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat seperti perkantoran, sekolah, atau pusat perbelanjaan juga dapat meningkatkan peluang penjualan. Dengan lokasi yang tepat dan mudah diakses oleh konsumen, maka peluang terjadinya transaksi penjualan akan semakin besar sehingga dapat meningkatkan omzet usaha.

Dari pengertian diatas dapat penulis simpulkan, Omzet penjualan merupakan total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa dalam periode tertentu. Besar kecilnya omzet dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Faktor internal meliputi kualitas produk, harga yang ditetapkan, promosi, pelayanan kepada konsumen, serta variasi produk yang ditawarkan. Sementara itu, faktor eksternal seperti kondisi pasar dan daya beli masyarakat juga berperan penting dalam menentukan tingkat penjualan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola faktor-faktor tersebut dengan baik agar omzet penjualan dapat meningkat secara optimal.

2.1.5 Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Muhammad Isa Alamsyahbana, (2024), Kinerja usaha adalah gambaran mengenai tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kinerja usaha mencerminkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya, termasuk sumber daya manusia, keuangan, dan operasional. Pengukuran kinerja usaha tidak hanya terbatas pada aspek keuangan seperti profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan, tetapi juga mencakup aspek non-keuangan seperti kepuasan pelanggan, inovasi, kualitas produk, serta kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, kinerja usaha menjadi indikator penting dalam menilai daya saing dan keberlangsungan suatu perusahaan.

Kinerja usaha merupakan tingkat keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam periode tertentu. Menurut Muhammad Isa Alamsyahbana (2024), kinerja berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi serta kepuasan pelanggan. Selain itu, Kaplan dan Norton menekankan bahwa pengukuran kinerja tidak hanya dilihat dari aspek keuangan, tetapi juga aspek non-keuangan seperti pelanggan, proses internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Sejalan dengan perkembangan penelitian hingga tahun 2024, kinerja usaha juga dipahami sebagai pencapaian bisnis yang diukur melalui indikator profitabilitas, pertumbuhan usaha, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah tingkat pencapaian hasil suatu usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya selama periode tertentu yang mencerminkan efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya, serta diukur melalui berbagai indikator baik keuangan seperti profitabilitas dan pertumbuhan usaha, maupun non-keuangan seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan efisiensi operasional.

2.1.6 Pengaruh Omzet Penjualan terhadap Kinerja Usaha

Omzet penjualan merupakan total pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu sebelum dikurangi biaya. Omzet penjualan mencerminkan tingkat aktivitas bisnis dan kemampuan usaha dalam menarik konsumen. Semakin tinggi omzet penjualan, menunjukkan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan semakin diminati oleh pasar. Peningkatan omzet ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha yang pada akhirnya dapat mendukung pencapaian kinerja usaha yang lebih baik, terutama dari aspek keuangan.

Menurut Muhammad Isa Alamsyahbana (2024), kinerja usaha berkaitan erat dengan pencapaian tujuan organisasi, termasuk dalam hal peningkatan pendapatan yang mencerminkan keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan kegiatan operasionalnya secara efektif dan efisien. Peningkatan pendapatan tidak hanya menunjukkan kemampuan usaha dalam menarik konsumen, tetapi juga menggambarkan sejauh mana strategi pemasaran dan pengelolaan usaha dapat berjalan dengan baik dalam menghadapi persaingan bisnis.

Dengan demikian, omzet penjualan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha, karena semakin besar omzet yang diperoleh, maka semakin besar pula kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan dan mempertahankan keberlangsungan bisnis. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

2.1.7 Pengertian Kinerja Keuangan

Menurut Irwan et al., (2025), kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset dan modal yang dimiliki secara optimal untuk menghasilkan laba. Kinerja keuangan menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efektif dan efisien dalam suatu periode tertentu. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis laporan keuangan yang disajikan secara sistematis. Beberapa indikator yang umum digunakan adalah rasio profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Melalui indikator tersebut, perusahaan dapat mengetahui tingkat keberhasilan operasional serta menjaga keberlanjutan usahanya.

Menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan kemampuan suatu unit usaha dalam mengelola pendapatan dan biaya secara efektif dan efisien. Kemampuan ini mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Pengelolaan keuangan yang baik akan menghasilkan keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran usaha. Kinerja keuangan juga menjadi indikator penting dalam menilai tingkat kesehatan suatu usaha. Hal ini semakin relevan setelah adanya tantangan ekonomi, seperti pandemi yang memengaruhi stabilitas bisnis. Dengan kinerja keuangan yang kuat, keberlangsungan dan perkembangan usaha dapat tetap terjaga secara berkelanjutan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan ukuran keberhasilan perusahaan atau UMKM dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan secara optimal. Selain itu, kinerja keuangan juga menunjukkan efektivitas dan efisiensi dalam mengelola sumber daya keuangan. Penilaian kinerja dilakukan dalam periode tertentu untuk mengetahui perkembangan dan stabilitas usaha. Pengukuran tersebut dapat dilihat melalui penyusunan dan analisis laporan keuangan. Indikator yang digunakan antara lain omzet penjualan, laba usaha, serta berbagai rasio keuangan lainnya.

2.1.8 Pengertian Biaya Operasional

Menurut Widajatun (2021), Biaya operasional adalah seluruh pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional sehari-hari agar usaha dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan. Biaya ini tidak secara langsung terkait dengan proses produksi barang atau jasa, tetapi sangat penting dalam menunjang aktivitas utama perusahaan, seperti administrasi, pemasaran, dan pelayanan. Biaya operasional mencakup berbagai kebutuhan rutin, seperti gaji karyawan, biaya listrik dan sewa tempat, biaya internet/wifi. Tanpa adanya pengeluaran ini, kegiatan usaha tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, biaya operasional menjadi salah satu komponen penting yang harus dikelola secara efisien agar tidak mengurangi keuntungan perusahaan.

Menurut Serang (2023), biaya operasional adalah biaya yang digunakan untuk menjalankan kegiatan perusahaan di luar proses produksi, yang meliputi berbagai pengeluaran seperti gaji karyawan, biaya listrik, sewa, serta biaya lainnya yang bersifat rutin dan terus-menerus. Biaya ini berfungsi untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan agar dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Selain itu, biaya operasional juga mencakup pengeluaran yang berkaitan dengan kegiatan administrasi, pemasaran, distribusi, dan pelayanan kepada pelanggan.

Biaya operasional merupakan seluruh pengeluaran yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan sehari-hari. Biaya ini tidak berkaitan langsung dengan proses produksi barang atau jasa biaya operasional mencakup kegiatan administrasi, pemasaran, dan penjualan, pengelolaan biaya operasional yang baik dapat meningkatkan efisiensi perusahaan. Dengan demikian, biaya operasional berperan penting dalam menjaga kelancaran dan keberlangsungan usaha.

2.1.9 Pengertian Laba Usaha

Menurut Sri Rusiyati, (2024), laba merupakan selisih lebih antara pendapatan dengan beban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi. Laba menunjukkan hasil akhir dari kegiatan operasional perusahaan setelah seluruh biaya yang dikeluarkan diperhitungkan. Besarnya laba mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola pendapatan dan mengendalikan beban usaha. Jika

pendapatan yang diperoleh lebih besar daripada beban yang dikeluarkan, maka perusahaan akan memperoleh laba. Sebaliknya, jika beban lebih besar daripada pendapatan, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Oleh karena itu, laba menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan suatu usaha.

Kesimpulan yang penulis ambil dari pengertian di atas Laba usaha merupakan penghasilan bersih yang diperoleh perusahaan dari aktivitas penjualan dalam suatu periode tertentu. Laba ini menunjukkan hasil dari kegiatan operasional setelah dikurangi berbagai biaya yang berkaitan dengan usaha. Dalam praktiknya, laba usaha terdiri dari beberapa jenis, seperti laba kotor yang berasal dari selisih penjualan dan harga pokok penjualan. Selain itu, terdapat laba operasional dan laba sebelum pajak yang menggambarkan kinerja usaha sebelum beban tertentu diperhitungkan. Pada akhirnya, perusahaan juga mengenal laba bersih dan laba ditahan sebagai hasil akhir yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha di masa depan.

Menurut Bairizky (2021), biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya-biaya tersebut mempengaruhi jumlah keuntungan (laba) yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produknya. Oleh karena itu, laba usaha dapat dihitung dengan mengurangi omzet penjualan dengan biaya bahan baku dan biaya operasional perusahaan.

$$\text{Laba Usaha} = \text{Omzet Penjualan} - (\text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Operasional})$$

A. Unsur – unsur Laba

Unsur-unsur laba adalah komponen-komponen yang membentuk perhitungan laba dalam suatu perusahaan selama satu periode akuntansi. Unsur-unsur ini digunakan untuk menentukan besarnya laba atau rugi yang diperoleh perusahaan melalui kegiatan operasionalnya. Secara umum, unsur-unsur laba dalam akuntansi meliputi:

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan aliran masuk atau peningkatan aktiva suatu perusahaan maupun penurunan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode

akuntansi sebagai hasil dari kegiatan operasional perusahaan. Pendapatan biasanya diperoleh dari aktivitas utama perusahaan, seperti penjualan barang atau pemberian jasa kepada konsumen. Dalam kegiatan usaha, pendapatan menjadi sumber utama penerimaan perusahaan yang digunakan untuk mendukung keberlangsungan operasional serta perkembangan usaha.

Pendapatan dapat berasal dari transaksi penjualan secara tunai maupun kredit yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Dengan adanya pendapatan, perusahaan dapat menilai sejauh mana kegiatan operasional yang dilakukan mampu menghasilkan penerimaan ekonomi. Oleh karena itu, pendapatan merupakan salah satu unsur penting.

2. Beban

Beban merupakan aliran keluar atau penggunaan aktiva maupun peningkatan kewajiban yang terjadi dalam suatu periode akuntansi sebagai akibat dari kegiatan operasional perusahaan. Beban timbul karena adanya pengorbanan sumber daya ekonomi yang digunakan untuk menjalankan aktivitas usaha guna memperoleh pendapatan. Beban dapat berupa berbagai biaya yang dikeluarkan perusahaan, seperti biaya operasional, biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, maupun biaya lainnya yang berkaitan dengan kegiatan usaha.

Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva maupun terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas, yang tidak berkaitan dengan pembagian kepada pemilik atau penanam modal. Dengan demikian, beban merupakan salah satu unsur penting dalam laporan keuangan karena berpengaruh langsung terhadap besarnya laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.

3. Biaya

Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa yang akan datang untuk organisasi. Biaya yang telah kadaluwarsa disebut beban. Tiap periode beban dikurangkan dari pendapatan pada laporan keuangan rugi-laba untuk menentukan laba periode. Biaya adalah aliran keluar (*outflows*) atau

pemakaian aktiva atau timbulnya hutang (kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penjualan atau produksi barang, atau penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama suatu entitas.

4. Untung-Rugi

Untung-Rugi merupakan kenaikan atau penurunan ekuitas maupun aktiva bersih yang terjadi akibat transaksi insidental atau kejadian tertentu yang dialami oleh perusahaan selama suatu periode akuntansi. Transaksi insidental tersebut merupakan transaksi yang tidak secara langsung berkaitan dengan kegiatan operasional utama perusahaan, tetapi tetap memberikan pengaruh terhadap kondisi keuangan perusahaan. Selain itu, untung-rugi juga dapat timbul dari berbagai transaksi, kejadian, maupun kondisi yang mempengaruhi perusahaan selama periode tertentu. Namun demikian, perubahan ekuitas yang berasal dari kontribusi investasi pemilik tidak termasuk dalam kategori untung-rugi, karena hal tersebut merupakan tambahan modal yang diberikan oleh pemilik usaha.

5. Penghasilan

Penghasilan merupakan hasil akhir dari perhitungan yang diperoleh dengan menjumlahkan pendapatan dan keuntungan kemudian dikurangi dengan beban serta kerugian yang terjadi dalam suatu periode tertentu. Dengan kata lain, penghasilan mencerminkan hasil bersih yang diperoleh perusahaan dari seluruh aktivitas yang dilakukan selama periode tersebut. Penghasilan (*income*) juga dapat diartikan sebagai arus masuk bruto manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan dalam suatu periode, dimana arus masuk tersebut menyebabkan terjadinya peningkatan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal oleh pemilik. Oleh karena itu, penghasilan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan suatu perusahaan atau usaha.

Dalam praktik akuntansi, laba atau penghasilan yang diperoleh suatu perusahaan umumnya terdiri dari beberapa unsur yang saling berkaitan. Unsur-unsur tersebut mencerminkan berbagai aktivitas ekonomi yang terjadi selama proses operasional perusahaan. Laba terbentuk dari selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan beban yang dikeluarkan selama periode tertentu, serta dipengaruhi oleh adanya keuntungan maupun kerugian dari transaksi tertentu.

Dengan demikian, untuk memahami laba secara lebih jelas, terdapat empat elemen utama yang membentuk laba, yaitu sebagai berikut.

a). Pendapatan (*revenue*)

Pendapatan merupakan arus masuk atau peningkatan lainnya dari aktiva suatu entitas maupun pelunasan kewajiban yang terjadi sebagai hasil dari kegiatan utama perusahaan. Pendapatan biasanya diperoleh dari aktivitas seperti penjualan barang, pemberian jasa, atau kegiatan operasional utama lainnya yang menjadi sumber utama penghasilan perusahaan. Pendapatan menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan penerimaan dari kegiatan operasionalnya selama periode tertentu.

b). Beban (*expense*)

Beban adalah arus kas keluar atau penggunaan aktiva serta timbulnya kewajiban yang terjadi dalam rangka menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Beban biasanya timbul dari aktivitas seperti biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya operasional, maupun biaya lainnya yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan. Dengan kata lain, beban merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh pendapatan selama periode tertentu.

c). Keuntungan (*gain*)

Keuntungan merupakan peningkatan dalam ekuitas atau aktiva bersih suatu entitas yang berasal dari transaksi sampingan atau kejadian yang tidak secara langsung berkaitan dengan kegiatan utama perusahaan. Keuntungan biasanya terjadi dari transaksi yang sifatnya insidental atau tidak rutin, seperti penjualan aset tetap dengan nilai lebih tinggi dari nilai bukunya. Oleh karena itu, keuntungan berbeda dengan pendapatan karena tidak berasal dari kegiatan operasional utama perusahaan.

d). Kerugian (*loss*)

Kerugian adalah penurunan dalam ekuitas atau aktiva bersih yang disebabkan oleh transaksi sampingan atau kejadian yang tidak berkaitan langsung dengan kegiatan utama perusahaan. Kerugian dapat terjadi akibat berbagai kondisi, seperti penurunan nilai aset, kerusakan barang, atau penjualan aset dengan harga lebih rendah dari nilai bukunya. Kerugian ini

mencerminkan berkurangnya sumber daya ekonomi perusahaan yang tidak berasal dari distribusi kepada pemilik usaha.

2.1.10 Pengaruh Laba Usaha terhadap Kinerja Usaha

Laba usaha merupakan selisih antara total pendapatan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan operasional suatu usaha selama periode tertentu. Laba usaha menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu bisnis karena menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan setelah seluruh biaya operasional diperhitungkan. Semakin tinggi laba usaha yang diperoleh, maka semakin baik pula kondisi keuangan suatu usaha. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tersebut mampu mengelola pendapatan dan biaya secara efektif dan efisien. Laba yang meningkat juga mencerminkan adanya peningkatan kinerja usaha, karena keuntungan yang diperoleh dapat digunakan kembali untuk pengembangan usaha, peningkatan kualitas produk, maupun perluasan pasar.

Menurut Isa (2024), kinerja usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam menghasilkan laba yang stabil dan berkelanjutan sebagai bentuk keberhasilan pengelolaan usaha. Sementara itu, konsep kinerja keuangan yang dikemukakan oleh Kaplan dan Norton menekankan bahwa profitabilitas atau laba merupakan salah satu indikator utama dalam pengukuran kinerja organisasi, karena mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas bisnis yang dilakukan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa laba usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha, di mana peningkatan laba menunjukkan semakin baiknya kemampuan usaha dalam mencapai tujuan finansial dan menjaga keberlangsungan usahanya

2.1.11 Indikator Pertumbuhan Omzet

Menurut Tampubolon (2025), omzet penjualan merupakan total pendapatan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualan produk atau jasa dalam suatu periode. Peningkatan omzet penjualan menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kualitas produk, dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen telah berjalan secara efektif. Oleh karena itu, pertumbuhan

omzet penjualan dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk mengukur perkembangan dan keberhasilan suatu usaha.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan omzet penjualan adalah peningkatan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa dalam periode tertentu dibandingkan dengan periode sebelumnya. Pertumbuhan omzet mencerminkan perkembangan usaha, efektivitas strategi pemasaran, serta kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan sehingga dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk menilai kinerja bisnis.

2.1.12 Indikator Pertumbuhan Laba Usaha

Menurut Tampubolon (2025) pertumbuhan laba merupakan peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya sebagai cerminan keberhasilan perusahaan dalam mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki. Pertumbuhan laba menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui pengelolaan aset, modal, penjualan, serta efisiensi biaya operasional. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan laba yang dicapai, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, pertumbuhan laba sering digunakan sebagai salah satu indikator untuk menilai efektivitas pengelolaan perusahaan dan keberhasilan strategi bisnis yang diterapkan.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan laba usaha adalah peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil kegiatan operasional selama periode tertentu dibandingkan dengan periode sebelumnya. Pertumbuhan laba tidak hanya mencerminkan meningkatnya pendapatan perusahaan, tetapi juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya, memanfaatkan aset secara efisien, serta menerapkan strategi bisnis yang tepat. Dengan demikian, pertumbuhan laba usaha dapat dijadikan sebagai salah satu indikator penting dalam menilai perkembangan usaha, kesehatan keuangan, dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Untuk menghubungkan hasil perhitungan pertumbuhan laba dan pertumbuhan omzet penjualan dengan rumusan masalah mengenai indikator kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*, maka diperlukan tolak ukur (kriteria penilaian) agar hasil perhitungan dapat dianalisis apakah kinerja usaha mengalami peningkatan atau penurunan.

Berikut contoh tolak ukur yang dapat digunakan dalam penelitian menurut Aning Fitriana, (2024) Tolak Ukur Pertumbuhan Omzet Penjualan dan Laba Usaha Persentase Pertumbuhan Kriteria Kinerja

- a. $>20\%$ Sangat Baik
- b. $10\% - 20\%$ Baik
- c. $0\% - 9\%$ Cukup Baik
- d. $< 0\%$ Kurang Baik / Menurun.

Penjelasan :

Pertumbuhan omzet penjualan digunakan untuk melihat kemampuan usaha dalam meningkatkan pendapatan penjualan dari bulan ke bulan. Semakin tinggi persentase pertumbuhan omzet, maka semakin baik perkembangan usaha UMKM *Nostalgia Coffe*. Pertumbuhan laba usaha digunakan untuk mengukur peningkatan keuntungan yang diperoleh usaha setelah dikurangi biaya operasional. Jika laba mengalami kenaikan, maka menunjukkan bahwa usaha memiliki kinerja yang baik dan mampu menghasilkan keuntungan secara optimal. Apabila hasil perhitungan menunjukkan persentase negatif ($<0\%$), maka dapat diartikan bahwa omzet maupun laba mengalami penurunan sehingga kinerja usaha belum stabil.

Berdasarkan tolak ukur yang digunakan, hasil pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha menunjukkan kategori yang bervariasi, mulai dari kurang baik hingga sangat baik. Namun, karena usaha tetap mampu menghasilkan laba setiap bulan dan terdapat beberapa periode dengan peningkatan signifikan, secara keseluruhan kinerja usaha UMKM *Nostalgia Coffe* dapat dikatakan cukup baik. Melalui perhitungan pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha setiap bulan, peneliti dapat mengetahui kondisi kinerja usaha, di mana semakin tinggi pertumbuhan omzet dan laba usaha, semakin baik pula kinerja yang dicapai, sedangkan penurunan pertumbuhan menunjukkan adanya penurunan kinerja usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Menurut Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M.A (2021) Penelitian terdahulu adalah penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dan digunakan sebagai perbandingan untuk penelitian yang sedang dilakukan oleh seorang peneliti. Dengan catatan, penelitian sebelumnya tersebut memiliki judul atau topik penelitian yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu elemen yang wajib disertakan dalam sebuah karya tulis ilmiah. Sebab adanya penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian yang kamu lakukan tidak asal-asalan dan bisa dipertanggungjawabkan.

Menurut Lia et al., (2018) judul penelitian “Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Studi kasus pada UMKM Sektor Industri Kecil Formal Dikabupaten Merauke”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan pada UMKM sektor industri kecil mampu meningkatkan pendapatan secara signifikan. Peningkatan pendapatan tersebut berdampak pada kemampuan usaha dalam mengelola dan menekan kebutuhan modal secara lebih efisien dengan demikian pelaku usaha dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mendukung operasional usaha.

Menurut Ihwanudin, (2024) judul penelitian “Analisis Anggaran Penjualan Pada Umkm Ud Murni Jaya Bekasi”. Penelitian ini menganalisis perencanaan anggaran penjualan sebagai alat pengendalian manajemen. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan analisis data penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan penjualan yang baik dapat meningkatkan realisasi omzet dan meminimalkan penyimpangan. Anggaran penjualan membantu pelaku usaha dalam memprediksi pendapatan dan laba. Hal ini menunjukkan bahwa perencanaan omzet berpengaruh terhadap kinerja usaha

Menurut Komala Ardiyani, (2023) judul penelitian “Evaluasi Kinerja UMKM Ditinjau dari Aspek Keuangan dan Pemasaran Pasca Covid-19”. Penelitian ini mengevaluasi kinerja UMKM setelah pandemi Covid-19 dari aspek keuangan dan pemasaran. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengelola keuangan dan strategi pemasaran dengan baik mengalami

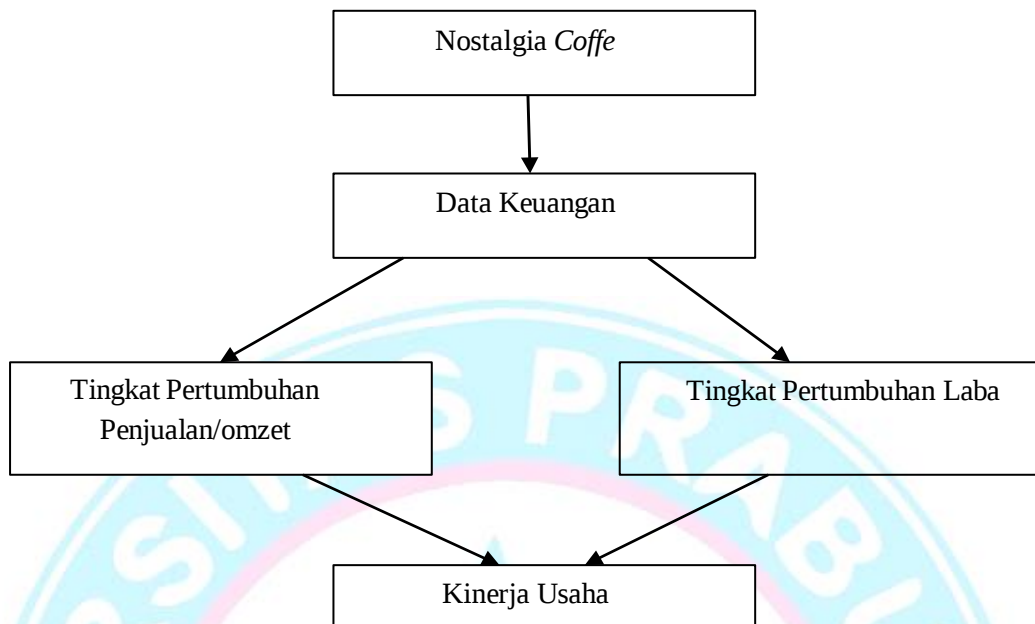
peningkatan omzet dan laba. Studi ini menyimpulkan bahwa ketahanan usaha dipengaruhi oleh pengelolaan pendapatan dan biaya. Penelitian ini relevan karena menilai kinerja usaha berdasarkan indikator keuangan.

Menurut Suprihatmi Sri Wardiningsih, (2021), judul penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Omzet Penjualan UMKM Kuliner Partner *GoFood* di Solo”. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi omzet penjualan UMKM kuliner yang bermitra dengan platform digital. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk, dan layanan berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan. Omzet digunakan sebagai indikator utama dalam menilai keberhasilan usaha. Penelitian ini mendukung bahwa omzet penjualan merupakan ukuran kinerja usaha UMKM.

Menurut Rahmah, (2024), judul penelitian ini “Analisis Pengaruh Jumlah Omzet UMKM dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jambi”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jumlah omzet UMKM dan jumlah tenaga kerja terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jambi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan data sekunder dari instansi terkait. Variabel independen dalam penelitian ini adalah omzet UMKM dan tenaga kerja, sedangkan variabel dependen adalah PAD.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan berperan sangat penting dalam menyusun data keuangan agar kita dapat melihat pertumbuhan penjualan omzet dan pertumbuhan laba, menurut analisis data keuangan berpengaruh terhadap kinerja usaha sehingga pengelolaan data keuangan dapat kita gunakan untuk membuat strategi pemasaran atau kinerja usaha dengan baik agar peningkatan omzet dan laba menjadi lebih baik setiap bulannya. Kesimpulan ini menunjukkan adanya hubungan yang relevan antara kinerja usaha dan peningkatan penjualan dan laba sehingga penelitian tentang analisis omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat dijelaskan bahwa penelitian dilakukan pada *Nostalgia Coffe* dengan menggunakan data keuangan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan/omzet dan tingkat pertumbuhan laba kedua variabel itu dianalisis untuk menilai kinerja usaha. Kerangka berpikir di atas menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan/omzet berpengaruh terhadap kinerja usaha dan tingkat pertumbuhan laba berpengaruh terhadap kinerja usaha, data keuangan menjadi sumber utama dalam mengukur pertumbuhan penjualan dan laba semakin tinggi pertumbuhan omzet yang diikuti dengan peningkatan laba maka semakin baik kinerja usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada *Nostalgia Coffe* Prabumulih yang berlokasi di Jl. Tikungan Padi No. 444, Kota Prabumulih, Provinsi Sumatera Selatan. *Nostalgia Coffe* merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner usaha ini berfokus pada penjualan berbagai jenis minuman kopi dan makanan ringan. *Nostalgia Coffe* menjadi salah satu tempat usaha yang cukup dikenal di Kota Prabumulih. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kesesuaian usaha dengan objek penelitian yang sedang diteliti.

3.2 Data Penelitian

A Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif berupa informasi mengenai gambaran umum usaha, sistem penjualan, strategi pemasaran, serta pengelolaan keuangan di UMKM *Nostalgia Coffe*. Data kuantitatif berupa angka yang berkaitan dengan total omzet penjualan, serta laba usaha dalam periode tertentu. Data kuantitatif ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara omzet penjualan dan peningkatan laba usaha. Kedua jenis data tersebut saling melengkapi untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan komprehensif.

a. Data Deskriptif (Kualitatif)

Data deskriptif adalah data yang berbentuk uraian, penjelasan, atau gambaran mengenai kondisi usaha yang diteliti. Data ini digunakan untuk memahami bagaimana kegiatan operasional usaha berjalan. Data deskriptif dalam penelitian ini meliputi profil usaha, alur produksi, sistem pengelolaan biaya, serta pembagian tugas dalam organisasi usaha.

b. Data Numerik (Kuantitatif)

Data numerik adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan digunakan untuk melakukan perhitungan secara sistematis. Data numerik dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis omzet penjualan

dan laba usaha UMKM *Nostalgia Coffe* selama tahun 2025 sebagai indikator kinerja usaha. Data numeril yang digunakan meliputi data omzet penjualan dan laba usaha yang diperoleh dari laporan keuangan UMKM *Nostalgia Coffe*.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber utama, yaitu sumber langsung dan sumber tidak langsung.

a. Sumber Langsung (Primer)

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau objek penelitian melalui interaksi langsung antara peneliti dengan pihak yang terkait. Data ini memiliki tingkat keakuratan yang tinggi karena diperoleh secara langsung dari lapangan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari pemilik atau pengelola usaha *Nostalgia Coffe* melalui kegiatan wawancara, yaitu tanya jawab langsung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung terhadap proses kegiatan usaha, seperti proses produksi, pelayanan, dan operasional harian. Peneliti juga melakukan pencatatan terhadap berbagai biaya yang muncul selama kegiatan usaha berlangsung, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi nyata usaha secara lebih lengkap dan mendalam.

b. Sumber Tidak Langsung (Sekunder)

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, melainkan melalui dokumen, arsip, atau sumber lain yang telah tersedia sebelumnya. Data ini berfungsi untuk melengkapi serta memperkuat data primer yang telah diperoleh, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan terpercaya. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi laporan keuangan usaha, seperti catatan penjualan dan laba, bukti transaksi pembelian bahan baku, serta catatan biaya operasional yang telah didokumentasikan oleh pihak usaha. Selain itu, data sekunder juga

diperoleh dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, dan literatur yang berkaitan dengan omzet penjualan, labausaha, kinerja usaha, serta penelitian terdahulu yang relevan. Dengan adanya data sekunder ini, peneliti dapat melakukan analisis yang lebih komprehensif dan mendukung hasil penelitian secara keseluruhan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi pada UMKM *Nostalgia Coffe* Prabumulih.

1. Teknik Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung UMKM *Nostalgia Coffe* untuk mengamati secara nyata berbagai aktivitas yang terjadi di lokasi usaha. Dalam kegiatan ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap proses penjualan, mulai dari interaksi antara karyawan dan konsumen, proses pelayanan, hingga alur pemesanan dan penyajian produk. Selain itu, peneliti juga memperhatikan bagaimana sistem pencatatan omzet dan laba usaha dilakukan oleh pihak pengelola. Melalui observasi ini, diperoleh gambaran yang lebih jelas dan nyata mengenai kondisi operasional usaha sehari-hari, termasuk pola aktivitas yang terjadi baik dalam skala harian maupun bulanan. Dengan demikian, data yang diperoleh dari observasi dapat membantu memperkuat pemahaman peneliti terhadap situasi sebenarnya di lapangan.

2. Teknik Wawancara (Interview)

Teknik wawancara dilakukan melalui kegiatan tanya jawab secara langsung dengan pemilik atau pengelola *Nostalgia Coffe* sebagai narasumber utama dalam penelitian ini. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai berbagai aspek usaha, seperti strategi yang digunakan dalam meningkatkan omzet penjualan, cara pengelolaan keuangan usaha, serta faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya laba usaha. Selain itu, wawancara juga digunakan untuk memperoleh penjelasan mengenai kebijakan

operasional yang diterapkan dalam usaha, termasuk tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. Dengan adanya teknik wawancara ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih lengkap, terperinci, dan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian.

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab langsung dengan pemilik atau pengelola *Nostalgia Coffe* sebagai narasumber, dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun secara sistematis sebelumnya. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih fokus dan terarah, terutama mengenai strategi peningkatan omzet, pengelolaan keuangan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi laba usaha. Dengan adanya pedoman pertanyaan, proses wawancara menjadi lebih terstruktur sehingga data yang diperoleh lebih mudah dibandingkan dan dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti. Setiap pertanyaan diajukan secara berurutan sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan, sehingga proses pengumpulan data berjalan lebih sistematis dan konsisten. Teknik ini digunakan untuk menggali informasi secara mendalam terkait aspek-aspek penting dalam penelitian, seperti omzet penjualan, biaya operasional, dan laba usaha. Dengan pendekatan ini, data yang diperoleh menjadi lebih terarah, mudah diolah, serta memiliki tingkat keakuratan yang lebih tinggi karena seluruh responden mendapatkan pertanyaan yang sama.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur dilakukan secara lebih fleksibel tanpa menggunakan daftar pertanyaan yang kaku. Dalam teknik ini, peneliti memberikan ruang yang lebih luas kepada narasumber

untuk menyampaikan informasi secara bebas sesuai dengan pengalaman dan pengetahuannya. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi tambahan yang lebih mendalam, seperti kendala-kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, strategi pemasaran yang digunakan, serta perkembangan usaha dari waktu ke waktu. Dengan sifatnya yang fleksibel, teknik ini memungkinkan peneliti mendapatkan data yang lebih kaya dan detail, terutama informasi yang mungkin tidak terungkap dalam wawancara terstruktur.

3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti:

- a. Laporan penjualan harian dan bulanan
- b. Catatan omzet usaha
- c. Laporan laba rugi
- d. Data biaya operasional usaha
- e. Bukti transaksi penjualan

Dokumen tersebut digunakan sebagai sumber data utama dalam menganalisis peranan omzet penjualan terhadap peningkatan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2024), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data keuangan yang berkaitan dengan omzet penjualan dan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe* selama periode penelitian. Populasi ini mencakup seluruh aktivitas yang berhubungan dengan proses penjualan, penerimaan

pendapatan, serta pencatatan keuangan yang dilakukan oleh UMKM Nostalgia *Coffe* dalam kurun waktu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Dengan demikian, seluruh data transaksi yang terjadi selama periode penelitian, baik yang bersumber dari penjualan harian, bulanan, maupun laporan keuangan yang tersedia, termasuk ke dalam populasi penelitian. Hal ini dikarenakan data tersebut merupakan gambaran menyeluruh dari kegiatan operasional usaha yang dapat digunakan untuk menganalisis kondisi omzet dan laba pada tahun 2025.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2024), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah data omzet penjualan dan laba usaha UMKM Nostalgia *Coffe* pada periode tahun 2025. Data tersebut dipilih karena merupakan data terbaru dan dianggap mampu menggambarkan kondisi usaha secara aktual.

c. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2024), teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik *sampling* secara umum dibagi menjadi *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Beberapa jenis *probability sampling* adalah sebagai berikut:

1. Jenis- Jenis *Probability Sampling*

Menurut Sugiyono (2024) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini umumnya digunakan untuk dalam penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi yang besar dan data yang bersifat umum. Beberapa jenis *probability sampling* adalah sebagai berikut.

a. *Simple Random Sampling* (Sampel Acak Sederhana)

Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel secara acak sederhana, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel tanpa mempertimbangkan

perbedaan karakteristik tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara undian, tabel angka acak, atau bantuan aplikasi komputer. Kelebihan dari teknik ini adalah memberikan peluang yang sama bagi seluruh populasi sehingga dapat mengurangi bias dalam pemilihan sampel. Selain itu, teknik ini juga relatif mudah diterapkan apabila jumlah populasi tidak terlalu besar dan data anggota populasi sudah tersedia secara lengkap.

b. *Stratified random sampling*

Stratified random sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan membagi populasi ke dalam beberapa kelompok atau strata berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, atau tingkat pendidikan. Setelah itu, sampel diambil secara acak dari setiap strata tersebut. Tujuan dari teknik ini adalah agar setiap kelompok dalam populasi dapat terwakili secara proporsional dalam sampel penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian menjadi lebih akurat dan representatif, terutama jika populasi memiliki karakteristik yang heterogen atau beragam.

c. *Cluster sampling*

Cluster sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara membagi populasi ke dalam beberapa kelompok atau klaster berdasarkan wilayah atau unit tertentu, kemudian beberapa klaster dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian. Berbeda dengan stratified sampling, pada cluster sampling yang dipilih adalah kelompoknya, bukan individu secara langsung. Teknik ini biasanya digunakan ketika populasi sangat besar dan tersebar luas sehingga sulit untuk dijangkau secara keseluruhan. Dengan cluster sampling, peneliti dapat menghemat waktu, biaya, dan tenaga dalam proses pengumpulan data.

d. *Systematic sampling*

Systematic sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan memilih anggota populasi berdasarkan urutan atau interval tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Misalnya, dari populasi 100 orang dengan sampel 10 orang, setiap anggota ke-10 dipilih sebagai sampel setelah menentukan titik awal secara acak. Teknik ini lebih mudah, cepat, dan terstruktur,

tetapi dapat menimbulkan bias jika terdapat pola tertentu dalam urutan populasi.

e. *Area sampling*

Area sampling merupakan pengembangan dari cluster sampling yang digunakan khusus untuk populasi yang tersebar berdasarkan wilayah geografis yang luas. Dalam teknik ini, populasi dibagi berdasarkan area tertentu seperti desa, kecamatan, kota, atau wilayah tertentu lainnya, kemudian beberapa area dipilih secara acak sebagai sampel penelitian. Teknik ini sangat cocok digunakan dalam penelitian yang melibatkan cakupan wilayah yang luas, misalnya penelitian sosial atau ekonomi di beberapa daerah. Dengan area sampling, peneliti dapat lebih mudah dalam melakukan pengumpulan data tanpa harus menjangkau seluruh wilayah populasi.

2. Jenis – Jenis *Nonprobability Sampling*

Menurut Sugiyono (2021), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini biasanya digunakan pada penelitian yang memiliki populasi kecil, penelitian studi kasus, atau penelitian yang memiliki kriteria tertentu. Beberapa jenis *non-probability sampling* adalah sebagai berikut:

a. *Sampling jenuh*

Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel di mana seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian. Dengan kata lain, tidak ada proses pemilihan atau pengambilan sebagian dari populasi, karena semua elemen yang ada dijadikan sebagai sumber data. Teknik ini biasanya digunakan apabila jumlah populasi relatif kecil, sehingga memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruh anggota populasi secara menyeluruh tanpa harus melakukan pengambilan sampel secara acak.

Penggunaan *sampling jenuh* bertujuan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan representatif, karena seluruh populasi terlibat

langsung dalam penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan kondisi sebenarnya tanpa adanya bias yang disebabkan oleh pemilihan sampel. Selain itu, teknik ini juga sering digunakan dalam penelitian yang berfokus pada satu objek tertentu, seperti pada usaha kecil atau UMKM, di mana seluruh data yang tersedia dapat dijadikan sebagai bahan analisis.

Dalam konteks penelitian pada UMKM *Nostalgia Coffe*, teknik sampling jenuh digunakan karena data yang dianalisis mencakup seluruh periode atau keseluruhan data yang tersedia, seperti data omzet penjualan dan laba usaha selama periode tertentu. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan mendalam mengenai kondisi usaha yang diteliti, sehingga hasil analisis menjadi lebih valid dan dapat dipercaya.

b. *Purposive sampling*

Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam teknik ini, peneliti secara sengaja memilih responden yang dianggap paling mengetahui, memahami, atau memiliki informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan data, seperti pengalaman, jabatan, atau keterlibatan langsung dalam objek yang diteliti. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan lebih mendalam dan sesuai dengan fokus penelitian.

c. *Accidental sampling*

Accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja ditemui oleh peneliti dan dianggap memenuhi kriteria sebagai sumber data. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian yang membutuhkan data secara cepat dan praktis, terutama ketika peneliti tidak memiliki daftar populasi yang jelas. Meskipun demikian, penggunaan teknik ini perlu dilakukan dengan tetap memperhatikan kesesuaian responden dengan tujuan penelitian agar data yang diperoleh tetap relevan.

d. *Quota sampling*

Quota sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara menentukan jumlah sampel tertentu dari setiap kelompok dalam populasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Peneliti terlebih dahulu menetapkan kuota berdasarkan karakteristik tertentu, seperti usia, jenis kelamin, atau kategori lainnya, kemudian mengambil sampel hingga jumlah yang ditentukan terpenuhi. Teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap kelompok dalam populasi terwakili secara proporsional, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi yang lebih seimbang.

e. *Snowball sampling*

Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara berantai, di mana responden pertama akan merekomendasikan atau menunjuk responden berikutnya yang dianggap memiliki informasi yang relevan. Proses ini akan terus berlanjut hingga jumlah sampel yang dibutuhkan terpenuhi. Teknik ini biasanya digunakan dalam penelitian yang melibatkan kelompok tertentu yang sulit diidentifikasi atau dijangkau secara langsung, sehingga memerlukan bantuan dari responden awal untuk menemukan responden lainnya.

Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *Sampling Jenuh*. *Sampling jenuh* merupakan teknik penentuan sampel apabila seluruh anggota populasi digunakan sebagai sampel. Teknik ini digunakan karena penelitian menganalisis seluruh data omzet penjualan dan laba usaha UMKM Nostalgia Coffe selama tahun 2025, sehingga seluruh data yang tersedia dijadikan sampel penelitian.

3.5 Metode Analisis

Menurut Suharsimi Arikunto, (2022) analisis data merupakan proses mengolah dan menyusun data secara sistematis sehingga dapat ditarik kesimpulan yang tepat. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data omzet penjualan dan laba usaha untuk mengetahui hubungan antara keduanya. Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi pada UMKM *Nostalgia Coffe*. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik maupun pihak yang terkait untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai kondisi usaha, khususnya yang berkaitan dengan omzet penjualan dan laba usaha. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha guna memahami proses bisnis yang berjalan. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data tertulis seperti catatan penjualan, laporan keuangan, serta dokumen pendukung lainnya. Setelah seluruh data terkumpul, data tersebut kemudian ditranskripsikan dan disusun secara sistematis agar lebih terstruktur, sehingga memudahkan dalam proses analisis selanjutnya.

2. Reduksi Data

Data yang telah diperoleh dari berbagai sumber selanjutnya dicatat secara rinci dan dilakukan proses reduksi data. Reduksi data merupakan tahap seleksi, pemusatan perhatian, serta penyederhanaan data dengan cara memilih informasi yang benar-benar relevan dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan pada data yang berkaitan dengan omzet penjualan dan laba usaha selama periode penelitian. Data yang tidak relevan atau tidak mendukung analisis akan disisihkan, sehingga data yang digunakan benar-benar menggambarkan kondisi yang teliti. Proses reduksi ini bertujuan untuk menghasilkan data yang lebih jelas, terarah, dan mudah dipahami dalam menganalisis permasalahan yang ada.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, maupun uraian deskriptif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai perkembangan omzet penjualan dan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*, sehingga dapat diketahui pola perubahan kinerja usaha dari waktu ke waktu, baik peningkatan maupun penurunan. Selain itu, penyajian data bertujuan mempermudah analisis hubungan antara omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha

Untuk melihat tingkat peranan atau kontribusi omzet terhadap laba usaha, digunakan indikator kinerja UMKM yang dapat diukur melalui tingkat pertumbuhan penjualan (omzet). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut::

$$\text{Pertumbuhan omzet} = \frac{\text{Penjualan Bulan Sekarang} - \text{Penjualan Bulan Lalu}}{\text{Penjualan Bulan Lalu}} \times 100\%$$

$$\text{Pertumbuhan laba} = \frac{\text{Laba Bulan Sekarang} - \text{Laba Bulan Lalu}}{\text{Laba Bulan Lalu}} \times 100\%$$

Keterangan:.

Omzet Penjualan = total pendapatan kotor yang diperoleh dari hasil penjualan dalam periode yang sama.

Laba Usaha = keuntungan bersih yang diperoleh setelah dikurangi seluruh biaya operasional dalam periode tertentu

Melalui perhitungan tersebut dapat diketahui seberapa besar laba yang dihasilkan dari setiap omzet penjualan, sehingga dapat dianalisis sejauh mana omzet penjualan berperan dalam meningkatkan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*.

4. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengecekan kembali terhadap keakuratan dan kelengkapan data yang telah dianalisis. Verifikasi dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dan dokumentasi agar diperoleh data yang valid dan konsisten. Selanjutnya, dilakukan analisis untuk mengetahui peranan omzet penjualan dalam meningkatkan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat UMKM Nostalgia Coffe

UMKM Nostalgia *Coffe* merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, khususnya penyediaan minuman kopi dan berbagai makanan ringan. Usaha ini didirikan di Kota Prabumulih dengan tujuan memberikan tempat yang nyaman bagi masyarakat untuk menikmati kopi sekaligus menjadi tempat berkumpul dan bersantai. Kehadiran usaha *coffee shop* seperti ini juga sejalan dengan perkembangan sektor UMKM kuliner yang semakin berkembang di Kota Prabumulih dan berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

Sejak awal berdirinya Nostalgia *Coffe* pada tahun 2023, Nostalgia *Coffe* menawarkan berbagai jenis minuman kopi seperti kopi hitam, kopi susu, dan minuman kekinian lainnya, serta dilengkapi dengan aneka makanan ringan sebagai pelengkap. Dengan kualitas rasa dan pelayanan yang baik, usaha ini mulai dikenal oleh masyarakat sekitar dan perlahan mengalami perkembangan dari segi jumlah pelanggan maupun variasi menu yang ditawarkan. Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap budaya minum kopi dan tempat berkumpul yang nyaman, Nostalgia *Coffe* terus melakukan inovasi baik dari segi menu maupun pelayanan. Usaha ini juga menjadi salah satu contoh UMKM kuliner yang berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Prabumulih.

4.1.2 Visi dan Misi Nostalgia Coffe

1. Visi

Menjadikan Nostalgia *Coffe* sebagai usaha *coffee shop* yang menyediakan minuman dan makanan berkualitas, menciptakan suasana nyaman bagi pelanggan, serta menjadi salah satu tempat berkumpul yang diminati masyarakat di Kota Prabumulih.

2. Misi

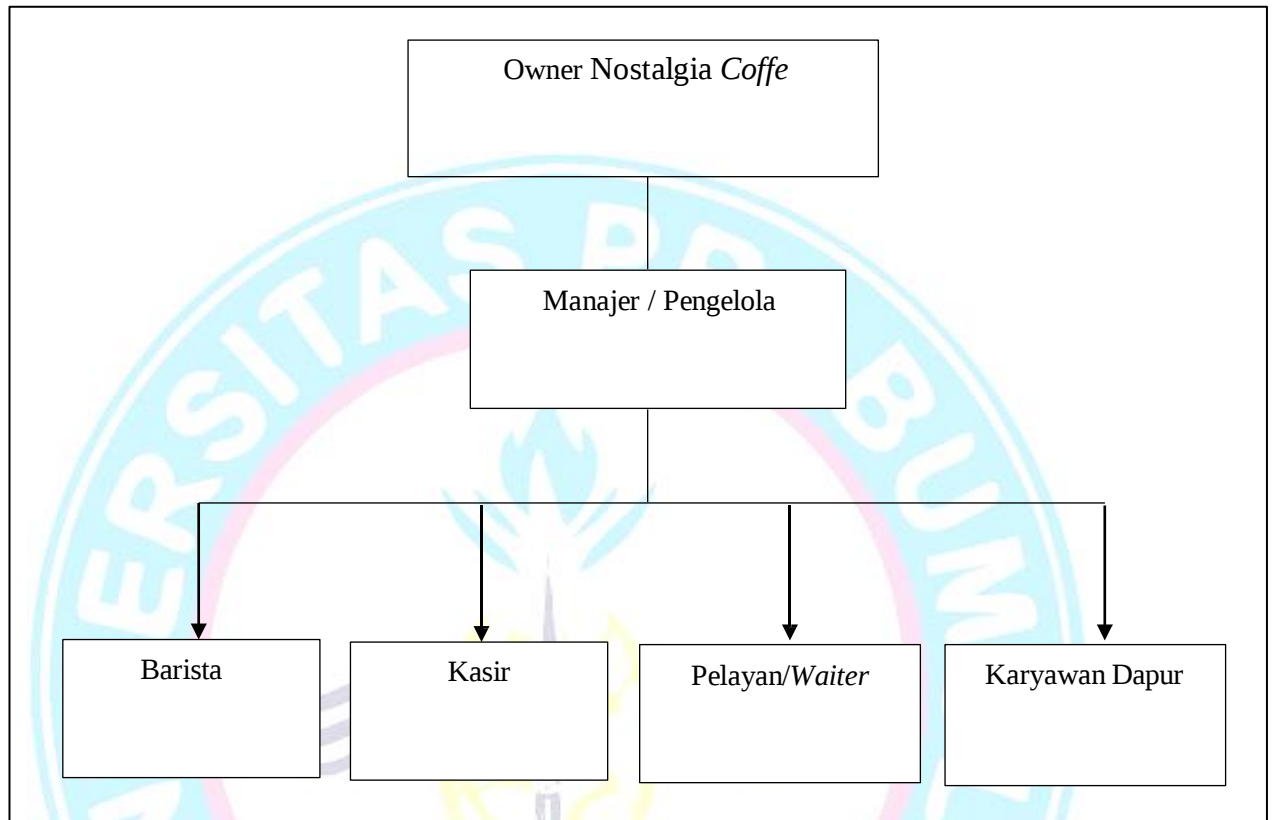
- a. Menyediakan berbagai pilihan minuman kopi dan makanan dengan kualitas yang baik serta harga yang terjangkau bagi semua kalangan.
- b. Memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan kepada setiap pelanggan yang datang.
- c. Menciptakan suasana tempat yang nyaman dan menarik sehingga pelanggan merasa betah untuk berkumpul, berdiskusi, maupun bersantai.
- d. Melakukan inovasi terhadap menu dan pelayanan agar usaha dapat terus berkembang dan mengikuti kebutuhan serta selera konsumen.
- e. Mendukung perkembangan UMKM serta memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat di sekitar.

4.1.3 Struktur Organisasi UMKM Nostalgia Coffe

Struktur organisasi di Nostalgia Coffe dimulai dari posisi tertinggi yaitu Owner, yang memiliki peran sangat penting dalam menentukan arah dan keberlangsungan usaha. Owner bertanggung jawab penuh terhadap pengambilan keputusan strategis, seperti perencanaan pengembangan bisnis, penentuan konsep *coffe*, pemilihan target pasar, hingga evaluasi kinerja usaha secara keseluruhan. Selain itu, Owner juga berperan dalam menetapkan visi dan misi perusahaan sebagai pedoman bagi seluruh kegiatan operasional, serta memastikan bahwa usaha berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam beberapa kondisi, Owner juga dapat terlibat langsung dalam pengawasan operasional maupun memberikan arahan kepada tim untuk menjaga kualitas layanan dan produk.

Di bawah Owner terdapat posisi Manajer atau Pengelola yang memiliki tanggung jawab untuk menjalankan dan mengawasi kegiatan operasional harian *coffe*. Manajer berperan sebagai penghubung utama antara Owner dan seluruh karyawan, sehingga setiap kebijakan atau keputusan dari Owner dapat diterapkan dengan baik di lapangan. Tugas Manajer meliputi pengaturan jadwal kerja karyawan, pembagian tugas sesuai dengan posisi masing-masing, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas operasional berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, Manajer juga bertanggung jawab dalam mengawasi kinerja tim, memberikan arahan dan motivasi kepada karyawan, serta menangani berbagai

permasalahan yang muncul selama operasional berlangsung. Dengan adanya peran Manajer, koordinasi antar bagian dapat berjalan dengan lebih terstruktur, sehingga mampu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan pelayanan yang optimal bagi pelanggan.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Nostalgia Coffe

1. Pembagian Tugas Kegiatan Usaha

a. Pemilik / Owner

Pemilik merupakan pihak yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan usaha Nostalgia Coffe. Selain sebagai pengambil keputusan utama dan penentu arah bisnis, pemilik bertugas menetapkan kebijakan usaha, mengelola serta mengawasi keuangan, dan memastikan operasional berjalan sesuai visi dan misi. Pemilik juga berperan dalam merencanakan pengembangan usaha melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan ekspansi bisnis, serta mengevaluasi kinerja karyawan untuk meningkatkan produktivitas usaha.

b. Manajer / Pengelola

Manajer atau pengelola memiliki tanggung jawab dalam mengatur dan mengawasi kegiatan operasional sehari-hari di *Nostalgia Coffe*. Posisi ini menjadi penghubung antara pemilik dan seluruh karyawan, sehingga segala kebijakan yang ditetapkan oleh pemilik dapat diterapkan dengan baik di lapangan. Tugas manajer meliputi mengatur jadwal kerja karyawan, membagi tugas sesuai dengan posisi masing-masing, serta memastikan bahwa setiap bagian menjalankan tugasnya dengan baik. Selain itu, manajer juga bertanggung jawab dalam mengawasi kinerja karyawan, memberikan arahan, motivasi, serta menyelesaikan permasalahan yang terjadi selama operasional berlangsung. Dengan adanya manajer, kegiatan usaha dapat berjalan lebih terstruktur, efektif, dan efisien.

c. Barista

Barista memiliki peran penting dalam menjaga kualitas produk yang ditawarkan oleh *Nostalgia Coffe*, khususnya dalam penyajian minuman. Tugas utama barista adalah menyiapkan dan menyajikan berbagai jenis minuman kopi maupun minuman lainnya sesuai dengan pesanan pelanggan dan standar yang telah ditentukan. Selain itu, barista juga bertanggung jawab dalam memastikan kualitas rasa, konsistensi penyajian, serta tampilan minuman agar tetap menarik. Barista juga harus menjaga kebersihan area kerja dan peralatan yang digunakan, serta memastikan bahan baku selalu dalam kondisi baik. Kemampuan komunikasi yang baik juga diperlukan agar barista dapat memberikan rekomendasi minuman kepada pelanggan.

d. Kasir

Kasir bertugas melayani proses transaksi pembayaran dari pelanggan dengan cepat, tepat, dan ramah. Selain itu, kasir juga memiliki tanggung jawab dalam mencatat setiap transaksi penjualan secara akurat, baik secara manual maupun menggunakan sistem kasir yang tersedia. Kasir juga mengelola arus kas masuk dan keluar, memastikan kesesuaian antara uang fisik dan data transaksi, serta menyusun laporan

penjualan harian sebagai bahan evaluasi usaha. Dalam menjalankan tugasnya, kasir dituntut untuk teliti, jujur, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

e. Pelayan / *Waiter*

Pelayan atau waiter bertugas memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan selama berada di *Nostalgia Coffe*. Tugasnya meliputi menyambut pelanggan dengan ramah, mencatat pesanan, mengantarkan makanan dan minuman ke meja, serta memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Selain itu, pelayan juga bertanggung jawab menjaga kebersihan area pelayanan, seperti meja dan kursi, serta menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan. Pelayan juga harus mampu berkomunikasi dengan baik, sigap dalam bekerja, dan tanggap terhadap keluhan pelanggan agar pengalaman yang diberikan tetap positif.

f. Karyawan Dapur

Karyawan dapur memiliki tanggung jawab dalam menyiapkan dan mengolah makanan yang disajikan di *Nostalgia Coffe*, seperti makanan ringan maupun menu tambahan lainnya. Tugas utama mereka adalah memastikan setiap makanan dibuat sesuai dengan standar kualitas, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun penyajian. Selain itu, karyawan dapur juga bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan area dapur, peralatan masak, serta memastikan bahan makanan selalu tersedia dan dalam kondisi baik. Mereka juga harus mampu bekerja secara efisien dan menjaga koordinasi dengan barista maupun pelayan agar pesanan pelanggan dapat disajikan tepat waktu. Berjalan lebih efektif karena sebagian tugas masih dirangkap oleh pemilik usaha. Hal ini umum terjadi pada UMKM yang masih dalam tahap pengembangan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Data Penelitian

Omzet penjualan dan laba usaha merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai kinerja suatu usaha. Omzet penjualan menunjukkan total pendapatan yang diperoleh dari kegiatan penjualan produk dalam periode tertentu, sedangkan laba usaha merupakan keuntungan yang diperoleh setelah dikurangi dengan biaya operasional yang dikeluarkan oleh usaha tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi omzet penjualan yang diperoleh, maka peluang untuk mendapatkan laba usaha yang lebih besar juga semakin meningkat.

Tabel 4.1

Data Omzet Penjualan, Laba Usaha, Biaya Bahan Baku, dan Biaya Operasional

Nostalgia Coffe Jan – Des 2025				
Bulan	Omzet Penjualan	Laba Usaha	Biaya Bahan Baku	Biaya Operasional
Jan	70,231,000.00	34,815,500.00	20,715,500.00	14,700,000.00
Feb	65,308,000.00	32,224,000.00	18,384,000.00	14,700,000.00
Mar	56,730,000.00	27,996,000.00	14,034,000.00	14,700,000.00
Apr	94,492,000.00	46,721,000.00	33,071,000.00	14,700,000.00
Mei	115,800,000.00	57,843,500.00	43,256,500.00	14,700,000.00
Jun	96,691,000.00	48,045,500.00	33,945,500.00	14,700,000.00
Jul	113,824,000.00	56,463,000.00	42,661,000.00	14,700,000.00
Aug	123,882,000.00	61,641,000.00	47,541,000.00	14,700,000.00
Sept	120,956,000.00	61,234,000.00	45,022,000.00	14,700,000.00
Okt	207,427,000.00	108,820,000.00	83,907,000.00	14,700,000.00
Nov	185,616,000.00	97,384,000.00	73,532,000.00	14,700,000.00
Des	189,232,000.00	100,078,000.00	74,454,000.00	14,700,000.00
Total	1,440,189,000.00	733,265,500.00	530,523,500.00	176,400,000.000

Sumber :Data Nostalgia Coffe

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai data omzet penjualan, laba usaha, biaya bahan baku, dan biaya operasional pada UMKM Nostalgia Coffe selama periode Januari sampai Desember 2025, dapat diketahui bahwa terdapat fluktuasi pada omzet penjualan dan laba usaha setiap bulannya. Sementara itu, biaya operasional cenderung relatif stabil yaitu sebesar Rp14.700.000 setiap bulan, sehingga perubahan laba usaha lebih banyak dipengaruhi oleh perubahan omzet penjualan dan efisiensi pengelolaan biaya bahan baku.

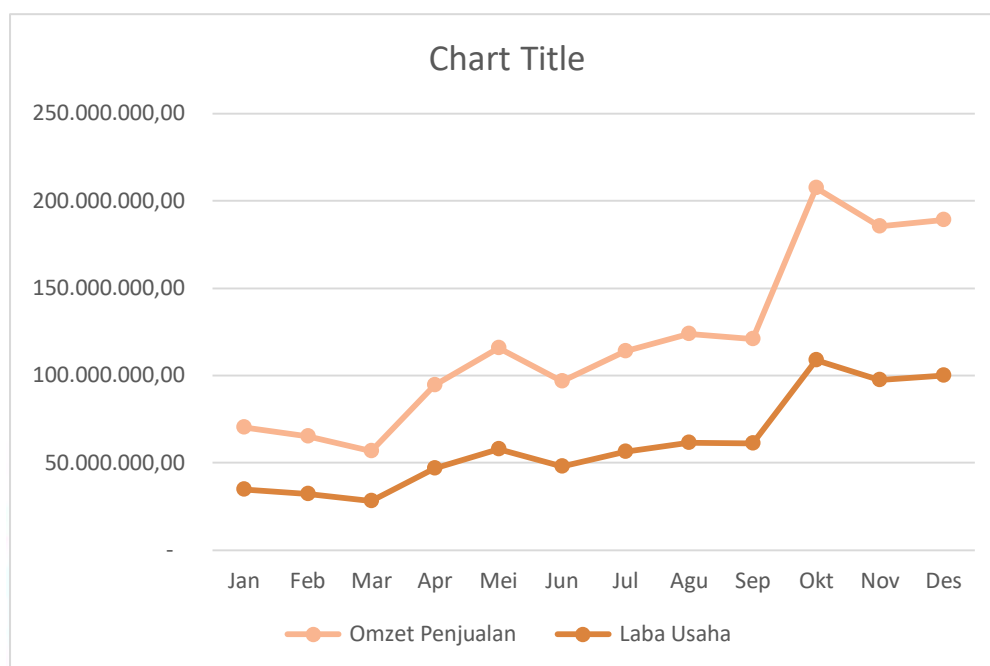
Pada periode awal penelitian, yaitu bulan Januari hingga Maret 2025, terlihat bahwa terjadi penurunan omzet penjualan secara bertahap dari Rp70.231.000 pada bulan Januari menjadi Rp65.308.000 pada bulan Februari, kemudian kembali turun menjadi Rp56.730.000 pada bulan Maret. Penurunan omzet ini juga diikuti dengan penurunan laba usaha, yang menunjukkan bahwa ketika pendapatan usaha menurun maka kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan juga ikut menurun. Kondisi ini menggambarkan adanya penurunan aktivitas penjualan pada awal tahun yang berdampak langsung terhadap kinerja usaha.

Memasuki bulan April hingga Agustus 2025, terjadi perubahan yang cukup signifikan dimana omzet penjualan mulai menunjukkan peningkatan yang cukup stabil. Pada bulan April, omzet meningkat menjadi Rp94.492.000 dan terus mengalami kenaikan hingga mencapai Rp123.882.000 pada bulan Agustus. Peningkatan omzet ini juga diikuti oleh kenaikan laba usaha yang cukup konsisten, dari Rp46.721.000 pada bulan April menjadi Rp61.641.000 pada bulan Agustus. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan memberikan dampak positif terhadap peningkatan laba usaha, sehingga kinerja usaha juga mengalami perbaikan pada periode tersebut.

Selanjutnya pada bulan September hingga Desember 2025, omzet penjualan menunjukkan fluktuasi namun tetap berada pada kategori tinggi. Pada bulan Oktober terjadi peningkatan yang sangat signifikan, dimana omzet penjualan mencapai Rp207.427.000 dengan laba usaha sebesar Rp108.820.000. Angka ini merupakan pencapaian tertinggi dibandingkan bulan-bulan lainnya dalam periode penelitian. Peningkatan ini mengindikasikan adanya lonjakan permintaan atau peningkatan strategi penjualan yang berhasil meningkatkan performa usaha secara signifikan. Meskipun pada bulan November terjadi sedikit penurunan, namun pada bulan Desember omzet kembali meningkat menjadi Rp189.232.000 dengan laba usaha sebesar Rp100.078.000.

Secara keseluruhan, hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara omzet penjualan dan laba usaha, dimana peningkatan omzet cenderung diikuti oleh peningkatan laba usaha. Hal ini

menunjukkan bahwa omzet penjualan memiliki peran penting dalam menentukan besar kecilnya laba yang diperoleh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan dapat digunakan sebagai salah satu indikator utama dalam menilai kinerja usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe*, karena semakin tinggi omzet yang diperoleh maka semakin baik pula kinerja usaha yang dicapai.



Sumber : diolah oleh penulis

Grafik 4.1 Omzet Penjualan dan Laba pada *Nostalgia Coffe* Tahun 2025

Berdasarkan grafik tren omzet penjualan dan laba usaha UMKM *Nostalgia Coffe* tersebut, dapat dianalisis bahwa kedua variabel menunjukkan pola pergerakan yang relatif searah selama periode Januari hingga Desember 2025. Pada awal periode, yaitu bulan Januari hingga Maret, terlihat bahwa omzet penjualan mengalami penurunan bertahap. Penurunan ini juga diikuti oleh laba usaha yang ikut menurun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pada periode awal tahun, kinerja usaha masih belum stabil, sehingga berdampak pada rendahnya pendapatan dan keuntungan yang diperoleh.

Memasuki bulan April hingga Agustus, grafik menunjukkan adanya peningkatan yang cukup konsisten baik pada omzet penjualan maupun laba usaha. Hal ini menggambarkan bahwa aktivitas penjualan mulai membaik, yang kemudian berdampak positif terhadap peningkatan laba usaha. Peningkatan ini

mengindikasikan bahwa usaha mulai mampu mengoptimalkan strategi penjualan dan pengelolaan operasionalnya.

Selanjutnya, pada bulan September hingga Desember, terlihat adanya fluktuasi namun secara umum berada pada tren yang meningkat. Puncak tertinggi terjadi pada bulan Oktober, di mana omzet penjualan mencapai titik tertinggi dan diikuti oleh laba usaha yang juga mengalami lonjakan signifikan. Setelah itu, pada bulan November terjadi penurunan, namun kembali meningkat pada bulan Desember.

Secara keseluruhan, grafik tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara omzet penjualan dan laba usaha, dimana setiap peningkatan omzet cenderung diikuti oleh peningkatan laba usaha. Hal ini menunjukkan bahwa omzet penjualan memiliki pengaruh yang kuat terhadap laba usaha, sehingga keduanya dapat dijadikan indikator penting dalam menilai kinerja usaha pada UMKM Nostalgia Coffe.

4.2.2 Perhitungan Indikator Kinerja UMKM Nostalgia Coffe

1. Perhitungan Pertumbuhan Omzet

a. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Januari-Februari

Penjualan Bulan Sekarang	65.308.000
Penjualan Bulan Lalu	70.231.000
Hasil	- 4.923.000
Penjualan Bulan Lalu	70.321.000
Hasil	-7%

b. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Februari -Maret

Penjualan Bulan Sekarang	56.730.000
Penjualan Bulan Lalu	65.308.000
Hasil	- 8.578.000
Penjualan Bulan Lalu	65.308.000
Hasil	-13%

c. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Maret - April

Penjualan Bulan Sekarang	94.492.000
Penjualan Bulan Lalu	56.730.000
Hasil	37.762.000
Penjualan Bulan Lalu	56.730.000
Hasil	66%

d. Perhitungan Pertumbuhan Omzet April -Mei

Penjualan Bulan Sekarang	115.800.000
Penjualan Bulan Lalu	94.492.000
Hasil	21.308.000
Penjualan Bulan Lalu	94.492.000
Hasil	22.5%

e. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Mei - Juni

Penjualan Bulan Sekarang	96.691.000
Penjualan Bulan Lalu	115.800.000
Hasil	-19.109.000
Penjualan Bulan Lalu	96.691.000
Hasil	-16.5%

f. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Juni - Juli

Penjualan Bulan Sekarang	113.824.000
Penjualan Bulan Lalu	96.691.000
Hasil	17.133.000
Penjualan Bulan Lalu	96.691.000
Hasil	17.71%

g. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Juli - Agustus

Penjualan Bulan Sekarang	123.882.000
Penjualan Bulan Lalu	113.824.000
Hasil	10.058.000
Penjualan Bulan Lalu	113.824.000
Hasil	8.83%

h. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Agustus - September

Penjualan Bulan Sekarang	120.956.000
Penjualan Bulan Lalu	123.882.000
Hasil	-2.926.000
Penjualan Bulan Lalu	123.882.000
Hasil	-2.36%

i. Perhitungan Pertumbuhan Omzet September - Oktober

Penjualan Bulan Sekarang	207.427.000
Penjualan Bulan Lalu	120.956.000
Hasil	86.471.000
Penjualan Bulan Lalu	120.956.000
Hasil	71.4%

j. Perhitungan Pertumbuhan Omzet Oktober - November

Penjualan Bulan Sekarang	185.616.000
Penjualan Bulan Lalu	207.427.000
Hasil	-21.811.000
Penjualan Bulan Lalu	120.956.000
Hasil	-10.5%

k. Perhitungan Pertumbuhan Omzet November - Desember

Penjualan Bulan Sekarang	189.232.000
Penjualan Bulan Lalu	185.616.000
Hasil	3.616.000
Penjualan Bulan Lalu	185.616.000
Hasil	1.94%

2. Perhitungan Pertumbuhan Laba

a. Perhitungan Pertumbuhan Laba Januari–Februari

Penjualan/Laba Bulan Sekarang	32.224.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	34.815.500
Hasil	-2.591.500
Penjualan/Laba Bulan Lalu	34.815.500
Hasil	-7,44%

b. Perhitungan Pertumbuhan Laba Februari–Maret		
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	27.996.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	32.224.000	
Hasil	-4.228.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	32.224.000	
Hasil	-13,12%	
c. Perhitungan Pertumbuhan Laba Maret–April		
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	46.721.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	27.996.000	
Hasil	18.725.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	27.996.000	
Hasil	66,88%	
d. Perhitungan Pertumbuhan Laba April–Mei		
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	57.843.500	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	46.721.000	
Hasil	11.122.500	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	46.721.000	
Hasil	23,81%	
e. Perhitungan Pertumbuhan Laba Mei–Juni		
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	48.045.500	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	57.843.500	
Hasil	-9.798.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	57.843.500	
Hasil	-16,94%	
f. Perhitungan Pertumbuhan Laba Juni–Juli		
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	56.463.000	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	48.045.500	
Hasil	8.417.500	
Penjualan/Laba Bulan Lalu	48.045.500	
Hasil	17,52%	

g. Perhitungan Pertumbuhan Laba Juli–Agustus	
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	61.641.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	56.463.000
Hasil	5.178.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	56.463.000
Hasil	9,17%
h. Perhitungan Pertumbuhan Laba Agustus–September	
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	61.234.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	61.641.000
Hasil	-407.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	61.641.000
Hasil	-0,66%
i. Perhitungan Pertumbuhan Laba September–Oktober	
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	108.820.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	61.234.000
Hasil	47.586.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	61.234.000
Hasil	77,71%
j. Perhitungan Pertumbuhan Laba Oktober–November	
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	97.384.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	108.820.000
Hasil	-11.436.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	108.820.000
Hasil	-10,51%
k. Perhitungan Pertumbuhan Laba November–Desember	
Penjualan/Laba Bulan Sekarang	100.078.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	97.384.000
Hasil	2.694.000
Penjualan/Laba Bulan Lalu	97.384.000
Hasil	2,77%

4.3 Pembahasan

4.3.1 Indikator Kinerja UMKM Berdasarkan Pertumbuhan Omzet

$$\text{Pertumbuhan omzet} = \frac{\text{Penjualan Bulan Sekarang} - \text{Penjualan Bulan Lalu}}{\text{Penjualan Bulan Lalu}} \times 100\%$$

Menurut Muhammad Isa Alamsyahbana, (2024), Rumus Pertumbuhan Omzet digunakan untuk mengetahui besarnya persentase peningkatan atau penurunan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Perhitungan dilakukan dengan cara mengurangkan penjualan bulan sekarang dengan penjualan bulan sebelumnya, kemudian hasilnya dibagi dengan penjualan bulan sebelumnya dan dikalikan 100%. Melalui rumus ini dapat diketahui perubahan kinerja penjualan yang terjadi setiap bulan. Apabila hasil perhitungan bernilai positif maka menunjukkan adanya peningkatan penjualan dibandingkan bulan sebelumnya, sedangkan jika bernilai negatif menunjukkan terjadinya penurunan penjualan. Dengan demikian, rumus kontribusi ini dapat digunakan untuk menganalisis perkembangan omzet penjualan maupun laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe* selama periode penelitian. Berdasarkan rumus diatas perhitungan pertumbuhan penjualan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Perhitungan Pertumbuhan Omzet Penjualan Nostalgia Coffe

Nostalgia Coffe Jan – Des 2025			
Bulan	Omzet Penjualan	Pertumbuhan Omzet (%)	Kriteria Pertumbuhan Omzet
Jan	70.231.000	—	-
Feb	65.308.000	-7,01%	Kurang Baik / Menurun
Mar	56.730.000	-13,13%	Kurang Baik / Menurun
Apr	94.492.000	66,56%	Sangat Baik
Mei	15.800.000	22,55%	Sangat Baik
Jun	96.691.000	-16,50%	Kurang Baik / Menurun
Jul	113.824.000	17,72%	Baik
Aug	123.882.000	8,84%	Cukup Baik
Sept	120.956.000	-2,36%	Kurang Baik / Menurun
Okt	207.427.000	71,49%	Sangat Baik
Nov	185.616.000	-10,51%	Kurang Baik / Menurun
Des	189.232.000	1,95%	Cukup Baik
	1.440.189.000.00		

Sumber : diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel pertumbuhan omzet penjualan di atas, dapat diketahui bahwa omzet penjualan UMKM Nostalgia Coffe selama tahun 2025 mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. Pada bulan Januari omzet penjualan tercatat sebesar Rp70.231.000 yang dijadikan sebagai dasar perbandingan. Selanjutnya pada bulan Februari omzet penjualan menurun menjadi Rp65.308.000 dengan kontribusi sebesar -7,01%. Penurunan kembali terjadi pada bulan Maret dengan omzet sebesar atau mengalami penurunan sebesar -13,13%. Hal ini menunjukkan bahwa pada awal tahun tingkat penjualan produk Nostalgia Coffe cenderung mengalami penurunan yang kemungkinan dipengaruhi oleh tingkat permintaan konsumen yang belum stabil.

Memasuki bulan April dan Mei, omzet penjualan mulai mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada bulan April omzet meningkat menjadi Rp94.492.000 dengan kontribusi peningkatan sebesar 66,56%, kemudian kembali meningkat pada bulan Mei menjadi Rp115.800.000 dengan kontribusi sebesar 22,55%. Namun pada bulan Juni terjadi penurunan kembali dengan omzet sebesar Rp96.691.000 atau menurun sebesar -16,50% yang merupakan penurunan terbesar selama tahun 2025. Selanjutnya pada bulan Juli dan Agustus penjualan kembali meningkat masing-masing menjadi Rp113.824.000 dan Rp123.882.000 dengan

kontribusi peningkatan sebesar 17,72% dan 8,84%. Pada bulan September terjadi sedikit penurunan menjadi Rp120.956.000 dengan kontribusi sebesar -2,36%.

Peningkatan terbesar selama tahun 2025 terjadi pada bulan Oktober dengan omzet penjualan mencapai Rp207.427.000 dan kontribusi peningkatan sebesar 71,49%. Setelah itu pada bulan November omzet kembali menurun menjadi Rp185.616.000 dengan kontribusi sebesar -10,51%, namun pada bulan Desember mengalami sedikit peningkatan menjadi Rp189.232.000 dengan kontribusi sebesar 1,95%. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan omzet penjualan UMKM *Nostalgia Coffe* selama tahun 2025 tidak stabil karena mengalami peningkatan dan penurunan pada beberapa bulan. Fluktuasi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat permintaan konsumen, strategi promosi, serta kondisi pasar yang berubah setiap periode.

4.3.2 Indikator Kinerja UMKM Berdasarkan Laba

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba Bulan Sekarang} - \text{Laba Bulan Lalu}}{\text{Laba Bulan Lalu}} \times 100\%$$

Menuru Aning Fitriana, (2024), Rumus Pertumbuhan Laba Usaha digunakan untuk mengetahui besarnya persentase peningkatan atau penurunan laba usaha dari satu bulan ke bulan berikutnya. Perhitungan dilakukan dengan cara mengurangkan laba usaha bulan sekarang dengan laba usaha bulan sebelumnya, kemudian hasilnya dibagi dengan laba usaha bulan sebelumnya dan dikalikan 100%. Melalui perhitungan tersebut dapat diketahui perubahan kinerja laba usaha yang diperoleh setiap bulan. Jika hasil perhitungan menunjukkan nilai positif maka berarti laba usaha mengalami peningkatan dibandingkan bulan sebelumnya, sedangkan jika bernilai negatif menunjukkan bahwa laba usaha mengalami penurunan. Dengan demikian, rumus ini dapat digunakan untuk menganalisis perkembangan laba usaha pada UMKM *Nostalgia Coffe* selama periode penelitian. Berdasarkan rumus diatas perhitungan Pertumbuhan Laba sebagai berikut:

Tabel 4.3
Perhitungan Pertumbuhan Laba Pada Nostalgia Coffe

Nostalgia Coffe Jan – Des 2025			
Bulan	Lab a Usaha	Pertumbuhan Laba (%)	Kriteria Pertumbuhan Laba
Jan	34.815.500	–	-
Feb	32.224.000	-7,44%	Kurang Baik / Menurun
Mar	27.996.000	-13,12%	Kurang Baik / Menurun
Apr	46.721.000	66,88%	Sangat Baik
Mei	57.843.500	23,81%	Sangat Baik
Jun	48.045.500	-16,94%	Kurang Baik / Menurun
Jul	56.463.000	17,52%	Baik
Aug	61.641.000	9,17%	Cukup Baik
Sept	61.234.000	-0,66%	Kurang Baik / Menurun
Okt	108.820.000	77,73%	Sangat Baik
Nov	97.384.000	-10,51%	Kurang Baik / Menurun
Des	100.078.000	2,77%	Cukup Baik
Total	733.265.500.00		

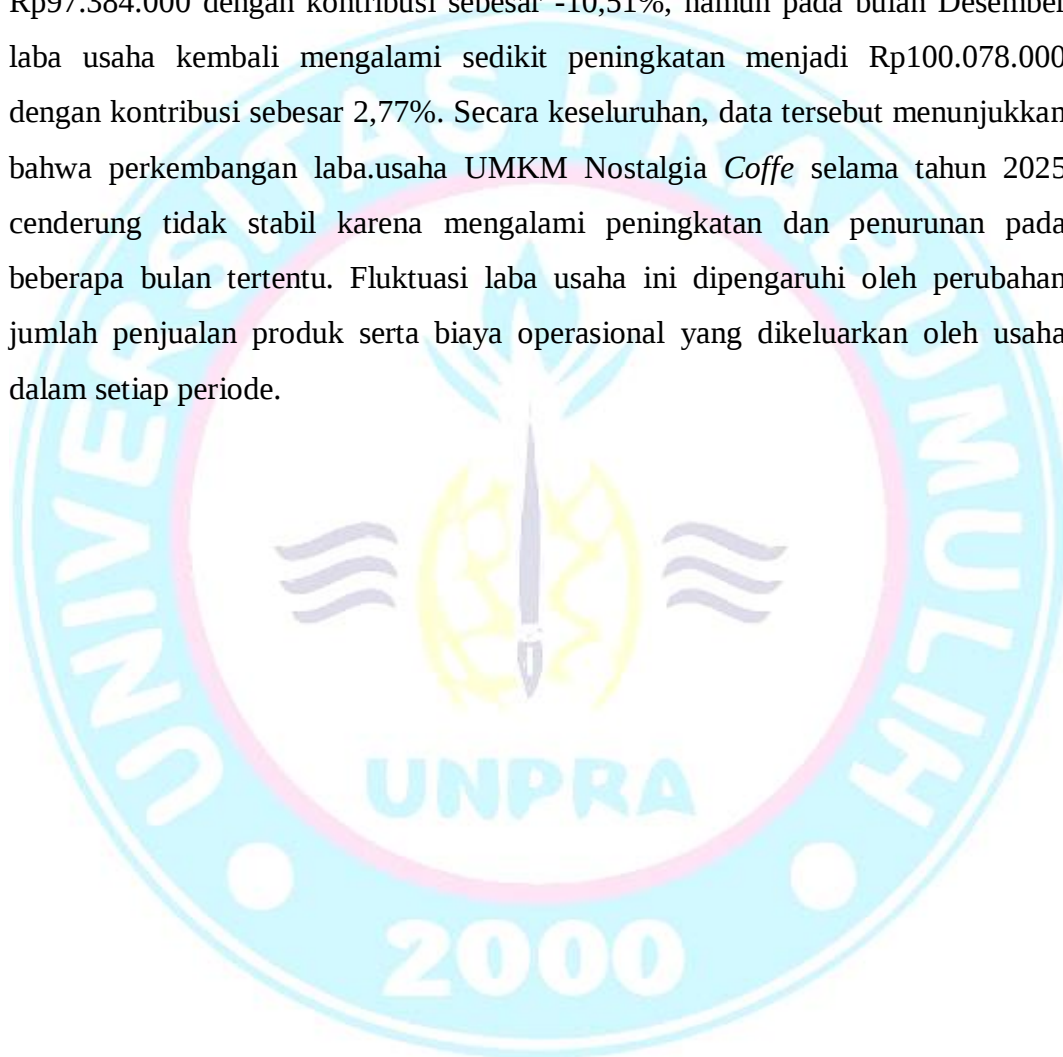
Sumber : diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel pertumbuhan laba usaha di atas, dapat diketahui bahwa laba usaha pada UMKM Nostalgia Coffe selama tahun 2025 mengalami fluktuasi setiap bulannya. Pada bulan Januari laba usaha tercatat sebesar Rp34.815.500 yang dijadikan sebagai dasar perbandingan. Selanjutnya pada bulan Februari laba usaha menurun menjadi Rp32.224.000 dengan kontribusi sebesar -7,44%. Penurunan kembali terjadi pada bulan Maret dengan laba usaha sebesar Rp27.996.000 atau mengalami penurunan sebesar -13,12%. Kondisi ini menunjukkan bahwa pada awal tahun tingkat keuntungan yang diperoleh usaha Nostalgia Coffe mengalami penurunan yang kemungkinan disebabkan oleh menurunnya jumlah penjualan atau meningkatnya biaya operasional.

Memasuki bulan April dan Mei, laba usaha mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada bulan April laba usaha meningkat menjadi Rp46.721.000 dengan kontribusi peningkatan sebesar 66,88%, kemudian kembali meningkat pada bulan Mei menjadi Rp57.843.500 dengan kontribusi sebesar 23,81%. Namun pada bulan Juni laba usaha kembali mengalami penurunan menjadi Rp48.045.500 dengan kontribusi sebesar -16,94% yang merupakan penurunan terbesar selama tahun 2025. Selanjutnya pada bulan Juli dan Agustus laba usaha kembali meningkat menjadi Rp56.463.000 dan Rp61.641.000 dengan

kontribusi peningkatan masing-masing sebesar 17,52% dan 9,17%. Pada bulan September terjadi sedikit penurunan menjadi Rp61.234.000 dengan kontribusi sebesar -0,66%.

Peningkatan laba usaha terbesar terjadi pada bulan Oktober dengan jumlah laba mencapai Rp108.820.000 dan kontribusi peningkatan sebesar 77,73%. Setelah itu pada bulan November laba usaha kembali menurun menjadi Rp97.384.000 dengan kontribusi sebesar -10,51%, namun pada bulan Desember laba usaha kembali mengalami sedikit peningkatan menjadi Rp100.078.000 dengan kontribusi sebesar 2,77%. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan laba.usaha UMKM *Nostalgia Coffe* selama tahun 2025 cenderung tidak stabil karena mengalami peningkatan dan penurunan pada beberapa bulan tertentu. Fluktuasi laba usaha ini dipengaruhi oleh perubahan jumlah penjualan produk serta biaya operasional yang dikeluarkan oleh usaha dalam setiap periode.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pertumbuhan omzet penjualan dan laba usaha sebagai indikator kinerja usaha pada UMKM Nostalgia Coffe tahun 2025, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pertumbuhan omzet penjualan UMKM Nostalgia Coffe selama tahun 2025 mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. Penurunan terjadi pada awal tahun, yaitu Februari sebesar -7,01% dan Maret sebesar -13,13%. Selanjutnya, terjadi peningkatan pada bulan April sebesar 66,56% dan berlanjut hingga Oktober, dengan puncak penjualan terjadi pada bulan Oktober sebesar Rp207.427.000.

Sejalan dengan itu laba usaha yang diperoleh UMKM Nostalgia Coffe juga mengalami fluktuasi yang searah dengan perubahan omzet penjualan. Dimana laba tertinggi terjadi pada bulan Oktober sebesar Rp108.820.000, sedangkan laba terendah terjadi pada bulan Maret sebesar Rp27.996.000. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara omzet penjualan dan laba usaha, yaitu peningkatan omzet penjualan akan diikuti oleh peningkatan laba usaha, begitu pula sebaliknya, sehingga omzet penjualan berperan penting dalam menentukan besar kecilnya laba usaha.

Secara keseluruhan, kinerja usaha UMKM Nostalgia Coffe pada tahun 2025 dapat dikatakan cukup baik, karena mampu menghasilkan laba yang relatif stabil setiap bulan meskipun terjadi fluktuasi pada beberapa periode tertentu.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Nostalgia Coffe

Diharapkan dapat meningkatkan strategi pemasaran melalui promosi di media sosial, pemberian diskon, serta inovasi menu untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan omzet penjualan secara lebih stabil.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti biaya produksi, strategi pemasaran, atau kepuasan pelanggan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam kajian ilmu akuntansi dan manajemen, khususnya yang berkaitan dengan analisis kinerja usaha pada sektor UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

Anwar (2022). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Ditinjau Dari Aspek Literasi Keuangan Dan Teknologi Finansial*.

Aning Fitriana (2024). Analisis Laporan Keuangan. *Akademi Keuangan & Perbankan Riau (AKBAR) Pekanbaru* (Issue July).

Bairizky (2021). *AKUNTANSI BIAYA*.

Ihwanudin (2024). *Analisis anggaran penjualan pada UMKM Ud Murni Jaya Bekasi* (Vol. 32, Issue 3).

Iin Khairunnisa. (2022). *Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*.

Irwan, Mahendra, Drakel, & Ariani (2025). Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM Kafe di Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 2130–2141. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i5.2664>

Komala Ardiyani. (2023). *Evaluasi Kinerja UMKM Ditinjau Dari Aspek Keuangan dan Aspek Pemasaran Pasca Pandemi Covid 19*. 4.

Kuncoro. (2021). *EKONOMI PEMBANGUNAN*. 32(3), 167–186.

Lia, Kore, Septarini, & Musamus (2018). *ANALISIS KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) Studi Kasus Pada UMKM Sektor Industri Kecil formal di Kabupaten Merauke*. 1, 22–37.

Muhammad Hasan. (2024). *MANAJEMEN UMKM BERKELANJUTAN*. 2, 306–312.

Muhammad Isa Alamsyahbana. (2024). *ANALISIS KINERJA PERUSAHAAN*.

Putri & Juniarti (2021). Faktor-Faktor Dominan yang Mempengaruhi Kinerja. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

Rahmah (2024). *Analisis Pengaruh Jumlah Omzet UMKM dan Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Jambi*. 1, 161–166.

Rince Tambunan (2025). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*. 1(8), 235–243.

Serang (2023). *Manajemen Operasional*.

Sri Rusiyati (2024). *Analisis Laporan Keuangan* (Vol. 32, Issue 3).

Sugiyono (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Suharsimi Arikunto. (2022). *Prosedur Penelitian*.

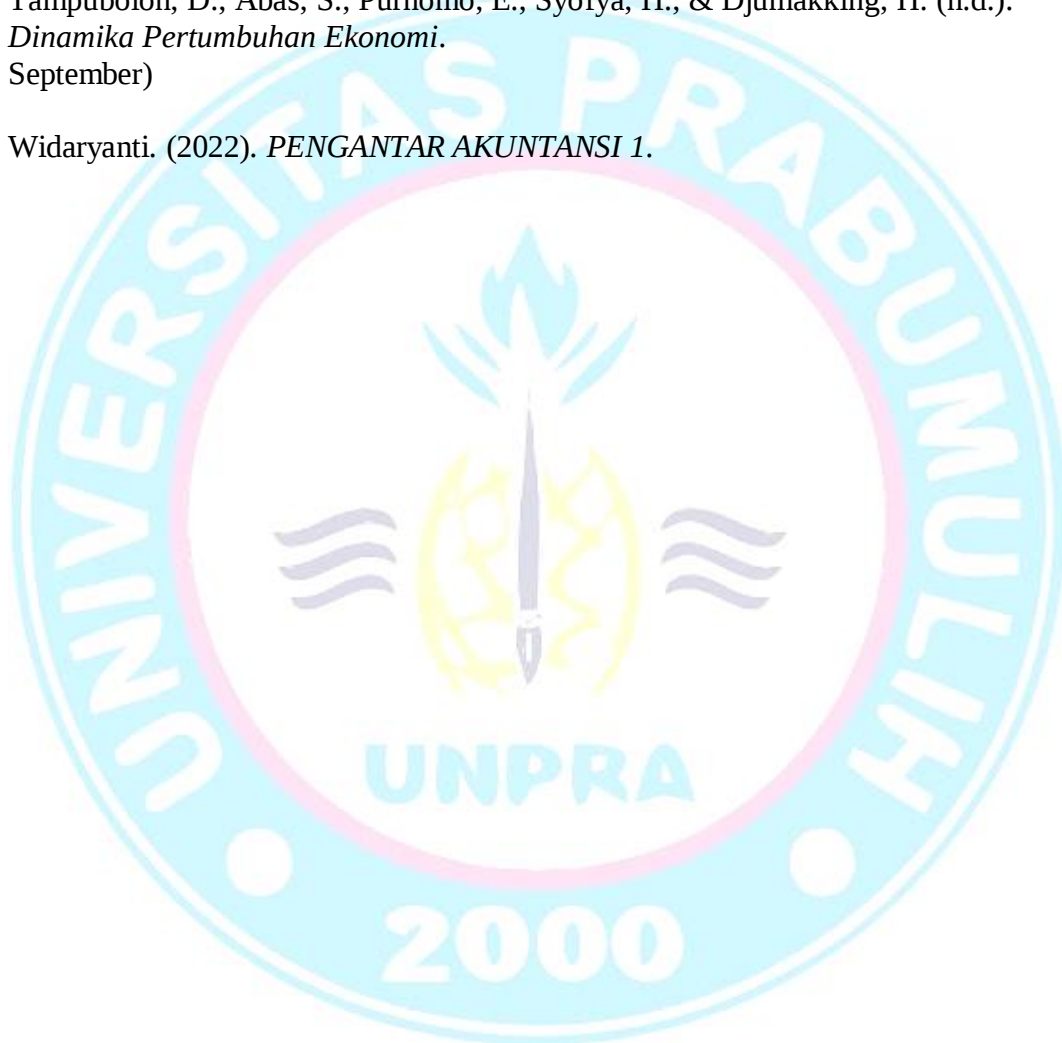
Suprihatmi Sri Wardiningsih. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi omzet penjualan umkm kuliner partner gofood di kota solo*.

Wehelmina Rusmawas (2021). *MANAJEMEN KINERJA*.

Widajatun (2021). Anggaran Operasional. In *Zahir Publishing* (Vol. 3, Issue

Tampubolon, D., Abas, S., Purnomo, E., Syofya, H., & Djumakking, H. (n.d.). *Dinamika Pertumbuhan Ekonomi*.
September)

Widaryanti. (2022). *PENGANTAR AKUNTANSI 1*.



L

A

M

P

I

R

A

N



OMZET PENJUALAN DAN LABA USAHA NOSTALGIA COFFE				
Bulan	Total Pendapatan	Total Uang Real	Keuntungan	Bayar
Jan	70.231.000,00	70.231.000,00	34.818.500,00	70.673.000,00
Feb	65.308.000,00	65.308.000,00	32.224.000,00	4.065.789.000,00
Mar	56.730.000,00	56.730.000,00	27.996.000,00	4.256.974.000,00
Apr	94.492.000,00	94.492.000,00	46.721.000,00	3.395.652.000,00
Mei	115.800.000,00	115.800.000,00	57.843.500,00	117.119.000,00
Juni	96.691.000,00	96.691.000,00	48.045.500,00	99.075.000,00
Juli	113.824.000,00	113.824.000,00	56.463.000,00	116.849.003,00
Agst	123.882.000,00	123.882.000,00	61.641.000,00	126.429.003,00
Sept	120.956.000,00	120.956.000,00	61.234.000,00	122.692.000,00
Okt	207.427.000,00	207.427.000,00	108.820.000,00	209.025.000,00
Nov	185.616.000,00	185.616.000,00	97.384.000,00	192.011.000,00
Des	189.232.000,00	189.232.000,00	100.078.000,00	204.209.000,00

Biaya Operasional Nostalgia Coffe

No	Jenis Biaya Operasional	Biaya Perbulan			Biaya Pertahun
1	Listrik	3.400.000,00	BULAN	12	40.800.000,00
2	Gaji karyawan	6.110.000,00	BULAN	12	73.320.000,00
3	Internet/ WiFi	450.000,00	BULAN	12	5.400.000,00
4	Sewa tempat	4.740.000,00	BULAN	12	56.880.000,00
		14.700.000,00			176.400.000,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Data Nostalgia Coffe

Tahun 2025

	Omzet Penjualan	Laba Usaha	Biaya Operasional	Biaya Bahan Baku
Jan	70.231.000,00	34.818.500,00	14.700.000,00	20.712.500,00
Feb	65.308.000,00	32.224.000,00	14.700.000,00	18.384.000,00
Mar	56.730.000,00	27.996.000,00	14.700.000,00	14.034.000,00
Apr	94.492.000,00	46.721.000,00	14.700.000,00	33.071.000,00
Mei	115.800.000,00	57.843.500,00	14.700.000,00	43.256.500,00
Juni	96.691.000,00	48.045.500,00	14.700.000,00	33.945.500,00
Juli	113.824.000,00	56.463.000,00	14.700.000,00	42.661.000,00
Agst	123.882.000,00	61.641.000,00	14.700.000,00	47.541.000,00
Sept	120.956.000,00	61.234.000,00	14.700.000,00	45.022.000,00
Okt	207.427.000,00	108.820.000,00	14.700.000,00	83.907.000,00
Nov	185.616.000,00	97.384.000,00	14.700.000,00	73.532.000,00
Des	189.232.000,00	100.078.000,00	14.700.000,00	74.454.000,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Pembelian Bahan Baku Januari 2025

Nostalgia Coffe				
No	Bahan Baku	Harga/Kg / Box / Liter	Jumlah Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	18 kg	3.780.000,00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	12 liter	780.000,00
3	Krimer	Rp45.000/kg	10 kg	450.000,00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	10 liter	600.000,00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	25 kaleng	450.000,00
6	Plastik	Rp141.100/box	5 box	705.500,00
7	Pipet	Rp85.000/box	4 box	340.000,00
8	Cup	Rp175.000/box	8 box	1.400.000,00
9	Beras	Rp78.500/5kg	20 karung	1.570.000,00
10	Jamur	Rp85.000/kg	8 kg	680.000,00
11	Indomie	Rp130.000/dus	20 dus	2.600.000,00
12	Ayam	Rp50.000/kg	19 kg	950.000,00
13	Beef	Rp190.000/kg	10 kg	1.900.000,00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp15.000/200gr	40 pcs	600.000,00
15	Tepung	Rp12.000/kg	50 kg	600.000,00
16	Bumbu Masakan	Rp60.000/paket	12 paket	720.000,00
17	Matcha Powder	Rp171.000/kg	4 kg	684.000,00
18	Coklat Powder	Rp160.000/kg	5 kg	800.000,00
19	Minyak Goreng	Rp19.000/liter	35 liter	665.000,00
20	Tissue	Rp20.000/box	22 box	440.000,00
Total Belanja				20.715.500,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Nostalgia Coffe				
No	Bahan Baku	Harga/Kg / Box / Liter	Jumlah Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	20 kg	4.200.000,00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	18 liter	1.170.000,00
3	Krimer	Rp45.000/kg	8 kg	360.000,00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	8 liter	480.000,00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	20 kaleng	360.000,00
6	Plastik	Rp141.000/box	4 box	564.000,00
7	Pipet	Rp85.000/box	3 box	255.000,00
8	Cup	Rp175.000/box	6 box	1.050.000,00
9	Beras	Rp78.500/5kg	18 karung	1.413.000,00
10	Jamur	Rp85.000/kg	6 kg	510.000,00
11	Indomie	Rp130.000/dus	16 dus	2.080.000,00
12	Ayam	Rp50.000/kg	15 kg	750.000,00
13	Beef	Rp190.000/kg	8 kg	1.520.000,00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	32 pcs	512.000,00
15	Tepung	Rp12.000/kg	40 kg	480.000,00
16	Bumbu Masakan	Rp60.000/paket	10 paket	600.000,00
17	Matcha Powder	Rp171.000/kg	3 kg	516.000,00
18	Coklat Powder	Rp160.000/kg	4 kg	632.000,00
19	Minyak Goreng	Rp19.000/liter	28 liter	532.000,00
20	Tissue	Rp20.000/box	20 box	400.000,00
Total Belanja				18.384.000,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

No	Bahan Baku	Harga Satuan	Jumlah Yang Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	15 kg	3.150.000,00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	14 liter	910.000,00
3	Krimer	Rp45.000/kg	7 kg	315.000,00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	6 liter	360.000,00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	17 kaleng	306.000,00
6	Plastik	Rp141.000/box	3 box	423.000,00
7	Pipet	Rp85.000/box	2 box	170.000,00
8	Cup	Rp175.000/box	5 box	875.000,00
9	Beras	Rp78.500/5kg	14 karung	1.099.000,00
10	Jamur	Rp85.000/kg	5 kg	425.000,00
11	Indomie	Rp130.000/dus	12 dus	1.560.000,00
12	Ayam	Rp50.000/kg	12 kg	600.000,00
13	Beef	Rp190.000/kg	6 kg	1.140.000,00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	25 pcs	400.000,00
15	Tepung	Rp12.000/kg	30 kg	360.000,00
16	Bumbu	Rp60.000/paket	8 paket	480.000,00
17	Matcha	Rp170.500/kg	2 kg	341.000,00
18	Coklat	Rp160.000/kg	3 kg	480.000,00
19	Minyak	Rp19.000/liter	20 liter	380.000,00
20	Tissue	Rp20.000/box	13 box	260.000,00
	Total			14.034.000,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Pembelian Bahan Baku April 2025

Nostalgia Coffe

Bahan Baku	Harga	Jumlah Dibeli	Total
Biji kopi	Rp210.000/kg	35 kg	7.350.000,00
Sirup rum	Rp65.000/liter	33 liter	2.145.000,00
Krimer	Rp45.000/kg	16 kg	720.000,00
Aren cair	Rp60.000/liter	14 liter	840.000,00
SKM	Rp18.000/kaleng	40 kaleng	720.000,00
Plastik	Rp141.000/box	7 box	987.000,00
Pipet	Rp84.000/box	5 box	420.000,00
Cup	Rp174.750/box	12 box	2.097.000,00
Beras	Rp78.500/5kg	33 karung	2.590.500,00
Jamur	Rp85.000/kg	12 kg	1.020.000,00
Indomie	Rp130.000/dus	28 dus	3.640.000,00
Ayam	Rp50.000/kg	28 kg	1.400.000,00
Beef	Rp190.000/kg	14 kg	2.660.000,00
Protech Keju	Rp16.000/200gr	59 pcs	944.000,00
Tepung	Rp12.000/kg	71 kg	852.000,00
Bumbu	Rp60.000/paket	19 paket	1.140.000,00
Matcha	Rp170.500/kg	5 kg	852.500,00
Coklat	Rp160.000/kg	7 kg	1.120.000,00
Minyak	Rp19.000/liter	47 liter	893.000,00
Tissue	Rp20.000/box	34 box	680.000,00
Total			33.071.000,00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Pembelian Bahan Baku Mei 2025			
		Nostalgia Coffe	
Bahan	Harga	Jumlah Beli	Total
Biji kopi	Rp210.000/kg	45 kg	9,450,000.00
Sirup rum	Rp65.000/liter	28 liter	1,820,000.00
Krimer	Rp45.000/kg	1 kg	45,000.00
Aren cair	Rp60.000/liter	33 liter	1,980,000.00
SKM	Rp18.000/kaleng	3 kaleng	54,000.00
Plastik	Rp141.000/box	44 box	6,204,000.00
Pipet	Rp85.000/box	12 box	1,020,000.00
Cup	Rp175.000/box	18 box	3,150,000.00
Beras	Rp78.500/5kg	3 sak	235,500.00
Jamur	Rp85.000/kg	47 kg	3,995,000.00
Indomie	Rp130.000/dus	13 dus	1,690,000.00
Ayam	Rp50.000/kg	12 kg	600,000.00
Beef	Rp190.000/kg	5 kg	950,000.00
Protech Keju	Rp16.000/200gr	50 pcs	800,000.00
Tepung	Rp12.000/kg	12 kg	144,000.00
Bumbu	Rp60.000/paket	50 paket	3,000,000.00
Matcha	Rp171.000/kg	7 kg	1,197,000.00
Coklat	Rp160.000/kg	36 kg	5,760,000.00
Minyak	Rp19.000/liter	18 liter	342,000.00
Tissue	Rp20.000/box	41 box	820,000.00
Total			43,256,500.00
SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe			



Pembelian Bahan Baku Juni 2025

Nostalgia Coffe

Bahan	Harga	Jumlah Beli	Total
Biji kopi	Rp210.000/kg	35 kg	7,350,000.00
Sirup rum	Rp65.000/liter	205liter	1,625,000.00
Krimer	Rp45.000/kg	5 kg	225,000.00
Aren cair	Rp60.000/liter	25 liter	1,500,000.00
SKM	Rp18.000/kaleng	20 kaleng	360,000.00
Plastik	Rp141.000/box	30 box	4,230,000.00
Pipet	Rp85.000/box	10 box	850,000.00
Cup	Rp175.000/box	17 box	2,975,000.00
Beras	Rp78.500/5kg	5 sak	392,500.00
Jamur	Rp85.000/kg	30 kg	2,550,000.00
Indomie	Rp130.000/dus	10 dus	1,300,000.00
Ayam	Rp50.000/kg	10 kg	500,000.00
Beef	Rp190.000/kg	4 kg	760,000.00
Protech Keju	Rp16.000/200gr	40 pcs	640,000.00
Tepung	Rp12.000/kg	15 kg	180,000.00
Bumbu	Rp60.000/paket	35 paket	2,100,000.00
Matcha	Rp171.000/kg	5 kg	1,183,000.00
Coklat	Rp160.000/kg	25 kg	4,000,000.00
Minyak	Rp19.000/liter	15 liter	285,000.00
Tissue	Rp20.000/box	47 box	940,000.00
Total			33,945,500.00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe



Pembelian Bahan Baku Juli 2025			
Nostalgia Coffe			
Bahan	Harga	Jumlah Beli	Total
Biji kopi	Rp210.000/kg	50 kg	10,500,000.00
Sirup rum	Rp65.000/liter	32 liter	2,080,000.00
Krimer	Rp45.000/kg	10 kg	450,000.00
Aren cair	Rp60.000/liter	30 liter	1,800,000.00
SKM	Rp18.000/kaleng	30 kaleng	540,000.00
Plastik	Rp141.000/box	35 box	4,935,000.00
Pipet	Rp85.000/box	12 box	1,020,000.00
Cup	Rp175.000/box	18 box	3,150,000.00
Beras	Rp78.500/5kg	6 sak	471,000.00
Jamur	Rp85.000/kg	35 kg	2,975,000.00
Indomie	Rp130.000/dus	12 dus	1,560,000.00
Ayam	Rp50.000/kg	15 kg	750,000.00
Beef	Rp190.000/kg	7 kg	1,330,000.00
Protech Keju	Rp16.000/200gr	45 pcs	720,000.00
Tepung	Rp12.000/kg	21 kg	252,000.00
Bumbu	Rp60.000/paket	40 paket	2,400,000.00
Matcha	Rp171.000/kg	8 kg	1,368,000.00
Coklat	Rp160.000/kg	32 kg	5,120,000.00
Minyak	Rp19.000/liter	20 liter	380,000.00
Tissue	Rp20.000/box	43 box	860,000.00
Total			42,661,000.00
SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe			

Pembelian Bahan Baku Agustus 2025			
Nostalgia Coffe			
Bahan	Harga	Jumlah Beli	Total
Biji kopi	Rp210.000/kg	60 kg	12,600,000.00
Sirup rum	Rp65.000/liter	40 liter	2,600,000.00
Krimer	Rp45.000/kg	10 kg	450,000.00
Aren cair	Rp60.000/liter	40 liter	2,400,000.00
SKM	Rp18.000/kaleng	40 kaleng	720,000.00
Plastik	Rp141.000/box	35 box	4,935,000.00
Pipet	Rp85.000/box	12 box	1,020,000.00
Cup	Rp175.000/box	25 box	4,375,000.00
Beras	Rp78.500/5kg	7 sak	549,500.00
Jamur	Rp85.000/kg	35 kg	2,975,000.00
Indomie	Rp130.000/dus	12 dus	1,560,000.00
Ayam	Rp50.000/kg	15 kg	750,000.00
Beef	Rp190.000/kg	10 kg	1,900,000.00
Protech Keju	Rp16.000/200gr	45 pcs	720,000.00
Tepung	Rp12.000/kg	20 kg	240,000.00
Bumbu	Rp60.000/paket	40 paket	2,400,000.00
Matcha	Rp171.000/kg	6 kg	1,026,000.00
Coklat	Rp160.000/kg	32 kg	5,120,000.00
Minyak	Rp19.000/liter	20 liter	380,000.00
Tissue	Rp20.000/box	41 box	820,000.00
Total			47,541,000.00
SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe			

Pembelian Bahan Baku September 2025				
Nostalgia Coffe				
No	Bahan Baku	Harga Satuan	Jumlah Yang Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	80 kg	16,800,000.00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	50 liter	3,250,000.00
3	Krimer	Rp45.000/kg	30 kg	1,350,000.00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	35 liter	2,100,000.00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	19 kaleng	342,000.00
6	Plastik	Rp141.000/box	10 box	1,410,000.00
7	Pipet	Rp85.000/box	10 box	850,000.00
8	Cup	Rp175.000/box	15 box	2,625,000.00
9	Beras	Rp78.500/5kg	15 karung	1,177,500.00
10	Jamur	Rp85.000/kg	20 kg	1,700,000.00
11	Indomie	Rp130.000/dus	20 dus	2,600,000.00
12	Ayam	Rp50.000/kg	15 kg	750,000.00
13	Beef	Rp190.000/kg	10 kg	1,900,000.00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	30 pcs	480,000.00
15	Tepung	Rp12.000/kg	40 kg	480,000.00
16	Bumbu	Rp60.000/paket	15 paket	900,000.00
17	Matcha	Rp170.500/kg	15 kg	2,557,500.00
18	Coklat	Rp160.000/kg	15 kg	2,400,000.00
19	Minyak	Rp19.000/liter	30 liter	570,000.00
20	Tissue	Rp20.000/box	39 box	780,000.00
Total				45,022,000.00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

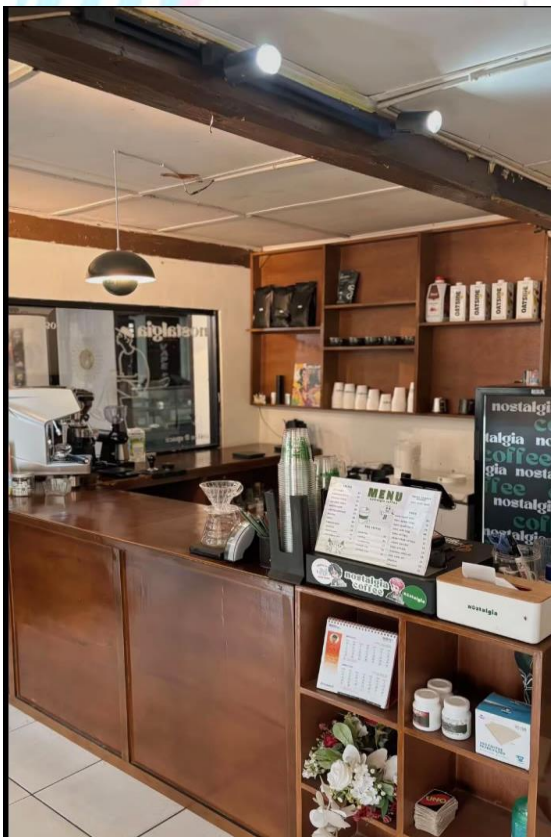
Pembelian Bahan Baku Oktober 2025				
Nostalgia Coffe				
No	Bahan Baku	Harga Satuan	Jumlah Yang Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	130 kg	27,300,000.00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	84 liter	5,460,000.00
3	Krimer	Rp45.000/kg	86 kg	3,870,000.00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	70 liter	4,200,000.00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	25 kaleng	450,000.00
6	Plastik	Rp141.000/box	35 box	4,935,000.00
7	Pipet	Rp85.000/box	25 box	2,125,000.00
8	Cup	Rp175.000/box	30 box	5,250,000.00
9	Beras	Rp78.500/5kg	30 karung	2,355,000.00
10	Jamur	Rp85.000/kg	25 kg	2,125,000.00
11	Indomie	Rp130.000/dus	40 dus	5,200,000.00
12	Ayam	Rp50.000/kg	31 kg	1,550,000.00
13	Beef	Rp190.000/kg	20 kg	3,800,000.00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	40 pcs	640,000.00
15	Tepung	Rp12.000/kg	61 kg	732,000.00
16	Bumbu	Rp60.000/paket	31 paket	1,860,000.00
17	Matcha	Rp170.500/kg	30 kg	5,115,000.00
18	Coklat	Rp160.000/kg	30 kg	4,800,000.00
19	Minyak	Rp19.000/liter	60 liter	1,140,000.00
20	Tissue	Rp20.000/box	50 box	1,000,000.00
Total				83,907,000.00

SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe

Pembelian Bahan Baku November 2025				
		Nostalgia Coffe		
No	Bahan Baku	Harga Satuan	Jumlah Yang Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	100 kg	21,000,000.00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	69 liter	4,485,000.00
3	Krimer	Rp45.000/kg	50 kg	2,250,000.00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	50 liter	3,000,000.00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	20 kaleng	360,000.00
6	Plastik	Rp141.000/box	35 box	4,935,000.00
7	Pipet	Rp85.000/box	25 box	2,125,000.00
8	Cup	Rp175.000/box	30 box	5,250,000.00
9	Beras	Rp78.500/5kg	30 karung	2,355,000.00
10	Jamur	Rp85.000/kg	25 kg	2,125,000.00
11	Indomie	Rp130.000/dus	40 dus	5,200,000.00
12	Ayam	Rp50.000/kg	31 kg	1,550,000.00
13	Beef	Rp190.000/kg	19 kg	3,610,000.00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	40 pcs	640,000.00
15	Tepung	Rp12.000/kg	61 kg	732,000.00
16	Bumbu	Rp60.000/paket	31 paket	1,860,000.00
17	Matcha	Rp170.500/kg	30 kg	5,115,000.00
18	Coklat	Rp160.000/kg	30 kg	4,800,000.00
19	Minyak	Rp19.000/liter	60 liter	1,140,000.00
20	Tissue	Rp20.000/box	50 box	1,000,000.00
	Total			73,532,000.00
SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe				

Pembelian Bahan Baku Desember 2025				
		Nostalgia Coffe		
No	Bahan Baku	Harga Satuan	Jumlah Yang Dibeli	Total
1	Biji kopi	Rp210.000/kg	104 kg	21,840,000.00
2	Sirup rum	Rp65.000/liter	69 liter	4,485,000.00
3	Krimer	Rp45.000/kg	50 kg	2,250,000.00
4	Aren cair	Rp60.000/liter	50 liter	3,000,000.00
5	SKM	Rp18.000/kaleng	20 kaleng	360,000.00
6	Plastik	Rp141.000/box	35 box	4,935,000.00
7	Pipet	Rp85.000/box	25 box	2,125,000.00
8	Cup	Rp175.000/box	30 box	5,250,000.00
9	Beras	Rp78.500/5kg	30 karung	2,355,000.00
10	Jamur	Rp85.000/kg	25 kg	2,125,000.00
11	Indomie	Rp130.000/dus	40 dus	5,200,000.00
12	Ayam	Rp50.000/kg	32 kg	1,600,000.00
13	Beef	Rp190.000/kg	19 kg	3,610,000.00
14	Prochiz Keju Mozzarella	Rp16.000/200gr	40 pcs	640,000.00
15	Tepung	Rp12.000/kg	62 kg	744,000.00
16	Bumbu	Rp60.000/paket	30 paket	1,800,000.00
17	Matcha	Rp170.500/kg	30 kg	5,115,000.00
18	Coklat	Rp160.000/kg	31 kg	4,960,000.00
19	Minyak	Rp19.000/liter	60 liter	1,140,000.00
20	Tissue	Rp20.000/box	46 box	920,000.00
	Total			74,454,000.00
SUMBER : UMKM Nostalgia Coffe				









UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI

NAMA MAHASISWA : Nabila Despara
NIM : 2022120003
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pendapatan Dan Beban Usaha Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Ritel PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT)
DOSEN PEMBIMBING I : Emi Sukmawati, S.E., M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
26-11-2025	Bab I	Perbaiki penulisan, margin Buat fenomena	<i>Emi</i>	
28-11-2025	Bab I	Bab I Acc lanjutkan Bab II	<i>Emi</i>	
4-12-2025	Bab II	Perbaiki penulisan, paragraf, margin	<i>Emi</i>	
8-12-2025	Bab II	Bab II Acc lanjutkan Bab III	<i>Emi</i>	
11-12-2025	Bab III	Bab III Acc lengkapi skripsi & persiapkan diri ✓ seminar	<i>Emi</i>	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Emi

Emi Sukmawati, S.E., M.Si
NUPTK 2053750651230140

Jalan Pairs No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kotabumi Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: unpra@unpra.ac.id



UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI

NAMA MAHASISWA : Nabila Despara
NIM : 2022120003
JUDUL SKRIPSI : Analisis Omzet Penjualan dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha pada UMKM Nostalgia Coffe
DOSEN PEMBIMBING I : Emi Sukmawati, S.E., M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
27-4-2026	Bab IV	Cari tolak ukur hasil perhitungan ke 2 rumus yg dipakai dihubungkan dg rumusan masalah		
6-5-2026	Bab IV	- Sumber referensi Indikator kinerja Usaha & Laba ? - Buat lampiran / semua data dari Nostalgia Coffe (omzet penjualan, laba usaha, modal & b. operasional)		
2-6-2026	Bab IV	Sumber referensi / pertumbuhan omzet sales. Untuk tabel 4.2 & 4.3 tambahkan kriteria & simulasi / total. perbaiki margin.		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M.
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing I

Emi Sukmawati, S.E., M.Si
NUPTK. 2053750651230140



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

NAMA MAHASISWA : Nabila Despara
NIM : 2022120003
JUDUL SKRIPSI : Analisis Omzet Penjualan dan Laba Usaha Sebagai Indikator Kinerja Usaha pada UMKM Nostalgia Coffe
DOSEN PEMBIMBING II : Chairani Adelina, S.E., M.Si

Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
10-03-26	Bab I ^u	Perbaiki data penelitian tambahkan pembahasan	ch.	
07-04-26	Bab I ^u	Acc	ch	
10-04-26	Bab I ^u	Perbaiki kesimpulan	ch.	
23-04-26	Bab I ^u	Acc	ch.	



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing II

Chairani Adelina, S.E., M.Si
NUPTK. 8752770671230324



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

NAMA MAHASISWA : Nabila Despara
NIM : 2022120003
JUDUL SKRIPSI : Analisis Omzet Penjualan dan Laba Usaha Sebagai
Indikator Kinerja Usaha pada UMKM Nostalgia Coffe
DOSEN PEMBIMBING I : Emi Sukmawati, S.E., M.Si

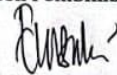
Tanggal	Pembahasan	Komentar	Tanda Tangan	Ket
9-6-2026		lengkapi skripsi & persiapkan diri y kompre		

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Dr. Hj. Desliana, S.E., M.M
NUPTK. 2544740641230233

Dosen Pembimbing I



Emi Sukmawati, S.E., M.Si
NUPTK. 2053750651230140

Jalan Patra No.50 RT. 01 RW. 03 Kelurahan Sukaraja Kecamatan Prabumulih Selatan
Kota Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia Telepon (0713)3224417 Faximile (0713) 322418
e-mail: mail@unpra.ac.id

Prabumulih, 04 Febuari 2026

Kepada Yth,
Ketua Prodi Akuntansi
Universitas Prabumulih
Jl. Patra No.50
Di-
Prabumulih

Perihal : Balasan Izin Penelitian

Sesuai dengan surat permohonan yang kami terima dari Ketua Prodi Akuntansi Universitas Prabumulih, Nomor : 021/AKT/FEB/UNPRA/I/2026, Perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data, Tanggal 29 Januari 2026 bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Nabila Despara

NIM : 2022120003

Program Studi : Akuntansi

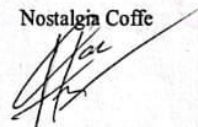
Judul Skripsi : Analisis Kontribusi Penjualan terhadap Pendapatan Usaha pada UMKM Nostalgia Coffe

Benar adanya telah melakukan penelitian di UMKM Nostalgia Coffe. Dan pada dasarnya kami selaku pemilik tidak merasa keberatan dan memberikan izin kepada Mahasiswa yang bersangkutan untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data.

Demikian kami sampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Hormat Kami,

Nostalgia Coffe



Jaka Ferdiansyah



**UNIVERSITAS PRABUMULIH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Prabumulih, 29 Januari 2026

Nomor : 020/AKT/FEB/UNPRA/1/2026
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin
Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
Owner Nostalgia Coffe
Kota Prabumulih

DI

Tempat

Berdasarkan kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi bahwa mahasiswa yang telah menyelesaikan seluruh mata kuliah diwajibkan untuk membuat Skripsi. Maka kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan izin kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Nabila Despara
NIM	: 2022120003
Program Studi	: Akuntansi
Judul Skripsi	: Analisis Kontribusi Penjualan Produk Minuman Kopi terhadap Pendapatan Usaha pada UMKM Nostalgia Caffé

Untuk melaksanakan penelitian sebagai bahan Skripsi di Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Dan mohon kiranya agar Bapak/Ibu dapat membantu untuk memberikan data yang relevan dengan Judul Skripsi tersebut.

Demikianlah surat permohonan penelitian ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.



Ketua Prodi Akuntansi

Amaliya Atmawijaya, S.E., M.Si.

BIODATA PENELITIAN



A. Biodata Pribadi

Nama : Nabila Despara
Nim : 2022120003
Tempat, Tanggal Lahir : Sinar Dewa, 21 Desember 2004
Alamat : Desa Sinar Dewa
Fakultas : Ekonomi dan bisnis
Prodi : Akuntansi
No. Hp : 0852-8701-7170
Email : nabiladespara21@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 30 Talang Ubi 2010-2016
2. SMPN 4 Talang Ubi 2016-2019
3. SMAN 5 Talang Ubi 2019-2022