

## Pemberdayaan UMKM Samping & Gapit Sri Logay Melalui Analisis SWOT dan Metode USG

Juliani Lisma Sari<sup>1\*</sup>, Maspupah Septiani<sup>2</sup>, Nabila Kusuma Putri Ardiyani<sup>3</sup>, Syifa Fauziah Rizkina<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Akuntansi dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien, Jl. KK Singawinata No. 83, Situ Buleud, Purwakarta, Jawa Barat, 41111, Indonesia

E-mail: [lisma.juliani@yahoo.com](mailto:lisma.juliani@yahoo.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5092>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history:

Received: 16 Jan 2026

Revised: 22 Jan 2026

Accepted: 28 Jan 2026

#### Kata Kunci:

UMKM, Analisis SWOT, Metode USG, Manajemen Keuangan, Pemasaran UMKM, Gapit Sri Logay.

#### Keywords:

MSMEs, SWOT Analysis, USG Method, Financial Management, MSME Marketing, Gapit Sri Logay.



Program Pengabdian kepada Masyarakat yang terintegrasi dalam kegiatan Kuliah Praktik Bermasyarakat–Praktik Kerja Lapangan (KPB-PKL) dilaksanakan pada UMKM Samping & Gapit Sri Logay di Purwakarta. Kegiatan ini bertujuan memperluas wawasan dan meningkatkan kompetensi mahasiswa, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM melalui analisis SWOT dan penetapan prioritas permasalahan menggunakan metode USG (Urgency, Seriousness, Growth). Metode pelaksanaan melibatkan observasi langsung, wawancara, serta pengumpulan dokumentasi. Temuan kegiatan menunjukkan bahwa UMKM tersebut memiliki sejumlah kekuatan, seperti kualitas produk yang konsisten dan legalitas usaha yang lengkap, namun masih menghadapi kendala pada aspek pemasaran digital dan sistem pencatatan keuangan yang belum memadai. Berdasarkan hasil analisis USG, permasalahan dengan tingkat urgensi tertinggi adalah keterbatasan pemasaran digital. Rekomendasi strategi yang diberikan meliputi pelatihan pemasaran digital dan peningkatan inovasi kemasan. Kegiatan ini berkontribusi pada peningkatan pemahaman pelaku usaha dan penyusunan strategi pengembangan yang lebih terarah.

*The Community Service Program integrated into the Community Practice Course–Field Work Practice (KPB-PKL) was conducted at UMKM Samping & Gapit Sri Logay in Purwakarta. This activity aims to broaden students' knowledge and enhance their competencies, as well as contribute to UMKM development through SWOT analysis and the determination of problem priorities using the USG (Urgency, Seriousness, Growth) method. The implementation involved direct observation, interviews, and documentation collection. The findings indicate that the UMKM possesses several strengths, such as consistent product quality and complete business legality; however, it still faces challenges in the form of limited digital marketing efforts and inadequate financial recording systems. Based on the results of the USG analysis, the problem with the highest level of urgency is the lack of digital marketing. The recommended strategies include digital marketing training and packaging innovation improvement. This program contributes to enhancing business owners' understanding and supports the formulation of more directed business development strategies.*



This is an open access article under the CC–BY-SA license.

**How to Cite:** Juliani Lisma Sari, et al. (2026). Pemberdayaan UMKM Samping & Gapit Sri Logay Melalui Analisis SWOT dan Metode USG, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5092>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta unit usaha, yang menyerap lebih dari 90% tenaga kerja nasional serta berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM menjadi tulang punggung perekonomian karena kemampuannya menyerap tenaga kerja, memberdayakan potensi lokal, serta meningkatkan pemerataan ekonomi di berbagai daerah. Kebijakan pemerintah dalam memperkuat

UMKM melalui program pemberdayaan, pembiayaan, pelatihan, serta digitalisasi turut memperkuat posisi sektor ini dalam menghadapi dinamika ekonomi nasional maupun global.

Meskipun kontribusi UMKM sangat besar, sektor ini menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat perkembangan. Permasalahan tersebut antara lain: lemahnya manajemen pemasaran, keterbatasan modal, rendahnya akses terhadap teknologi, serta kurangnya kemampuan dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai standar. Banyak UMKM masih menggunakan pencatatan manual atau bahkan tidak melakukan pencatatan sama sekali, sehingga menyulitkan dalam pengambilan keputusan maupun saat mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan. Kondisi ini menyebabkan UMKM sulit mengukur perkembangan usahanya secara objektif, sehingga strategi operasional maupun investasi tidak dapat direncanakan secara matang.

Selain itu, UMKM juga menghadapi tantangan eksternal berupapersaingan yang semakin ketat di era globalisasi dan digitalisasi. Persaingan tidak hanya datang dari sesama UMKM, tetapi juga dari perusahaan besar dan produk impor. Perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, tren pemasaran online, serta perkembangan marketplace turut menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi. UMKM yang tidak mampu bertransformasi secara digital berisiko tertinggal dalam persaingan pasar.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar UMKM dapat bertahan sekaligus berkembang di tengah perubahan lingkungan bisnis. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini membantu pemilik usaha dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Hasil analisis SWOT dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif, terarah, dan realistis sesuai kondisi UMKM.

Namun, dalam praktiknya, tidak semua masalah dapat diselesaikan sekaligus karena keterbatasan sumber daya. Oleh sebab itu, perlu adanya metode yang dapat menentukan prioritas masalah yang paling mendesak untuk ditangani. Salah satu metode yang relevan adalah USG (Urgency, Seriousness, Growth), yang menilai masalah berdasarkan tingkat urgensi, keseriusan dampak, dan potensi pertumbuhannya di masa depan. Dengan metode ini, UMKM dapat lebih fokus pada penyelesaian masalah utama yang berpengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha. Seperti UMKM Gapit Sri Logay merupakan usaha kecil menengah yang bergerak di bidang pembuatan makanan ringan tradisional berupa gapit. Usaha ini berawal dari orang tua yang sejak lama menekuni pembuatan gapit dengan resep sederhana turun-temurun. Yang berada Simpang & Gapit Sri Logay Jl. Mr. Dr. Kusumah Atmaja Gg. Bata RT: 07 Rw: 02 Kelurahan Cipaisan Kabupaten Purwakarta Jawa Barat. Saat ini, UMKM Gapit Sri Logay terus berkembang dan berusaha beradaptasi dengan kebutuhan pasar. Produk gapit yang dihasilkan tetap dipertahankan kualitas dan cita rasanya agar sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, dari sisi pengemasan juga mulai diperbaiki agar lebih menarik dan sesuai dengan standar pemasaran modern. Dengan perpaduan antara resep tradisional warisan orang tua dan inovasi generasi baru, UMKM Gapit Sri Logay mampu bertahan hingga sekarang serta menjadi salah satu usaha kecil yang berkontribusi dalam melestarikan jajanan tradisional sekaligus mendukung perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar.

UMKM Simpang & Gapit Sri Logay merupakan salah satu pelaku usaha mikro yang berperan signifikan dalam mendukung perekonomian daerah melalui kontribusinya pada penyediaan lapangan kerja, pelestarian makanan tradisional, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa UMKM ini memiliki peluang pertumbuhan yang cukup besar. Di sisi lain, UMKM masih menghadapi berbagai kendala internal, seperti keterbatasan kapasitas produksi akibat penggunaan peralatan manual, kurang optimalnya pemanfaatan media digital untuk promosi, minimnya inovasi varian produk, serta belum tersedianya sistem pencatatan keuangan yang terstruktur. Ketidakteraturan pencatatan menyebabkan kesulitan dalam penentuan laba, perhitungan harga pokok produksi (HPP), dan evaluasi kinerja usaha. Hambatan tersebut diperburuk oleh faktor eksternal berupa meningkatnya persaingan dengan produk olahan modern serta fluktuasi harga bahan baku yang berpotensi mengganggu biaya produksi.

### **Perizinan UMKM**

Dalam menjalankan usahanya UMKM Gapit Sri Logay ini sudah melengkapi perizinan diantaranya:

1. SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga)

2. Sertifikat Halal
3. Nomor Induk Berusaha (NIB)
4. Sertifikat Merek
5. Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)

**Alur Proses Produksi Gapit Sri Logay**



**Gambar 1.** Alur Produksi



**Gambar 1.** Proses Produksi

**METODE**

Pelaksanaan program menggunakan pendekatan observasi lapangan, wawancara dengan pemilik usaha, studi dokumentasi, serta analisis data berbasis SWOT dan metode USG untuk memetakan prioritas permasalahan. Proses pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik UMKM sebagai mitra utama kegiatan. Tahapan pelaksanaan mencakup identifikasi potensi dan permasalahan, penyusunan tabel SWOT, penilaian skor USG, dan perumusan rekomendasi strategi pengembangan usaha.



**Gambar 3.** Matriks SWOT

<b>Strengths (kekuatan)</b>		<b>Weaknesses (kelemahan)</b>	
1.	Produk gapit Sri Logay memiliki cita rasa khas tradisional yang disukai banyak konsumen.	1.	Promosi dan pemasaran masih terbatas pada area sekitar, belum optimal di media sosial dan platform online.
2.	Menggunakan bahan baku berkualitas dan proses pembuatan higienis yang masih mempertahankan resep asli keluarga.	2.	Skala produksi masih kecil karena peralatan yang digunakan masih sederhana dan manual.
3.	Kemasan sudah modern dan menarik, menggunakan standing pouch serta plastic sealer dengan label produk yang jelas, sehingga meningkatkan nilai jual.	3.	Pencatatan keuangan belum teratur sehingga keuntungan belum dapat dihitung secara akurat.
4.	Sudah dikenal di pasar local, terutama di wilayah Purwakarta sebagai oleh-oleh khas.	4.	Belum memiliki pemasaran digital yang terstruktur seperti katalog produk, banner promosi, atau konten pemasaran rutin.
<b>Opportunities (peluang)</b>		<b>Threats (ancaman)</b>	
1.	Permintaan terhadap camilan tradisional meningkat, terutama untuk oleh-oleh khas daerah.	1.	Persaingan dengan camilan modern dan produk serupa dari merek lain yang lebih dikenal di pasar.
2.	Peluang ekspansi pasar online seperti melalui Shopee, Tokopedia, Instagram, dan Tik Tok Shop.	2.	Fluktuasi harga bahan baku seperti tepung tapioca, minyak goreng, dan kemasan standing pouch yang bias memengaruhi biaya produksi.
3.	Dukungan pemerintah terhadap UMKM lokal yang bias dimanfaatkan untuk mendapatkan pelatihan, perizinan, dan promosi.	3.	Perubahan selera konsumen terhadap makanan ringan yang lebih modern atau sehat.
4.	Potensi kerja sama dengan took oleh-oleh, kafe, dan pusat wisata di Purwakarta dan sekitarnya.	4.	Ketergantungan pada pasar lokal, sehingga jika daya beli masyarakat menurun, penjualan juga bias ikut turun.

**Tabel 1.** Analisis Prioritas Masalah Menggunakan Metode USG

No	Masalah	Total Skor	Keterangan
1	Tidak adanya pencatatan keuangan sehingga uang usaha masih bercampur dengan uang rumah tangga.	15	Prioritas Utama
2	Promosi masih terbatas dan belum memanfaatkan pemasaran digital.	13	Prioritas Tinggi
3	Kapasitas produksi masih terbatas karena peralatan sederhana.	11	Perlu Penanganan Bertahap
4	Varian produk masih sedikit sehingga pilihan konsumen terbatas.	10	Pengembangan Jangka Panjang

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan dilakukan secara efektif sesuai sasaran target, melalui program-program sebagai berikut :

### ***Pemasaran UMKM Gapit Sri Logay***

Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya, UMKM Gapit Sri Logay menggunakan satu saluran pemasaran, yaitu saluran tingkat satu (One Level Channel). Saluran tingkat satu merupakan sistem distribusi yang melibatkan satu perantara antara produsen dan konsumen, yaitu toko atau kios. Dalam sistem ini, produk gapit yang telah selesai diproduksi oleh UMKM Gapit Sri Logay akan disalurkan ke beberapa toko atau kios sekitar yang menjadi mitra tetap. Dari toko atau kios tersebut, produk gapit kemudian dijual kembali kepada pelanggan atau konsumen akhir. Model saluran ini dipilih karena dinilai lebih efisien dan praktis, terutama bagi usaha kecil yang belum memiliki jaringan distribusi luas. Dengan adanya toko dan kios sebagai perantara, produk Gapit Sri Logay dapat lebih mudah dikenal masyarakat, menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, serta membantu meningkatkan volume penjualan tanpa harus membuka banyak cabang atau tempat penjualan sendiri. Selain itu, sistem pemasaran ini juga menghemat waktu dan biaya distribusi, karena pihak toko/kios membantu menjualkan produk langsung kepada pembeli. Pemilik UMKM tetap dapat mengontrol kualitas produk, memberikan suplai secara rutin, serta menjaga hubungan baik dengan para mitra penjual agar produk tetap tersalurkan secara konsisten. Dengan strategi saluran tingkat satu ini, UMKM Gapit Sri Logay mampu menjaga kualitas, ketersediaan, dan kontinuitas produk di pasaran, sekaligus membangun kerja sama yang saling menguntungkan antara produsen dan pihak toko/kios.

Pembuatan digital marketing melalui toko online (shopee). Pembuatan toko online ini sangat berpengaruh terhadap penjualan, dan aplikasi shopee yang sangat banyak digunakan oleh pembeli dan mudah untuk digunakan sebagai pemilik toko.

### ***Pembuatan Pembukuan***

Pada toko Gapit Sri Logay, untuk mengoptimalkan dan peningkatan penjualan pemilik toko lebih teliti dalam pencatatan keuangan dalam mengoptimalkan operasional bisnis. Dan pembuatan pembukuan ini dapat memastikan ketersediaan barang, memonitor penjualan secara efisien, dan dapat digunakan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik.

### **Tahap 1 : Observasi Lapangan**

Tahap observasi lapangan merupakan tahapan awal dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Praktik Bermasyarakat dan Praktik Kerja Lapangan (KPB-PKL) yang bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi nyata UMKM yang menjadi objek kegiatan. Observasi ini dilakukan secara langsung di lokasi UMKM Simpang & Gapit Sri Logay yang beralamat di Jl. Mr. Dr. Kusumah Atmaja, Gg. Bata RT 07 RW 02, Kelurahan Cipaisan, Kabupaten Purwakarta.

Pada tahap ini, melakukan pengamatan terhadap berbagai aspek operasional usaha, meliputi proses produksi, sistem kerja, pengemasan produk, serta aktivitas pemasaran yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Selain itu, observasi juga difokuskan pada kondisi lingkungan kerja, penggunaan alat produksi, jumlah tenaga kerja, serta alur kegiatan usaha dari awal hingga produk siap dipasarkan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa UMKM Simpang & Gapit Sri Logay merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi makanan ringan tradisional, khususnya gapit. Proses produksi masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana, namun telah berjalan secara teratur dan konsisten. Bahan baku yang digunakan relatif mudah diperoleh dan dipilih dengan memperhatikan kualitas, sehingga cita rasa produk tetap terjaga.

Dari sisi manajemen usaha, ditemukan bahwa pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan belum terpisah antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Aktivitas pemasaran sebagian besar masih mengandalkan penjualan langsung dan titipan di toko sekitar, meskipun telah mulai merambah pemasaran digital secara terbatas. Produk telah dikemas dengan kemasan yang cukup menarik dan higienis serta dilengkapi dengan label identitas usaha.

Melalui tahap observasi lapangan ini, memperoleh pemahaman awal mengenai potensi, permasalahan, serta peluang pengembangan yang dimiliki UMKM Simpang & Gapit Sri Logay. Hasil observasi ini kemudian menjadi dasar untuk pelaksanaan tahap selanjutnya, yaitu wawancara, analisis permasalahan, dan penyusunan rekomendasi pengembangan usaha.

### **Tahap 2 : Mengenai Lebih Dalam UMKM**

Tahap mengenai lebih dalam UMKM merupakan kelanjutan dari observasi lapangan yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai karakteristik usaha, sistem

pengelolaan, serta permasalahan dan potensi yang dimiliki UMKM Sumping & Gapit Sri Logay. Tahap ini dilakukan melalui pendekatan langsung kepada pemilik usaha dengan metode wawancara informal, diskusi, serta pengamatan lanjutan terhadap aktivitas usaha sehari-hari.

Pada tahap ini, mahasiswa menggali informasi terkait profil usaha, sejarah berdirinya UMKM, struktur pengelolaan, pembagian tugas tenaga kerja, serta proses pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha. Berdasarkan hasil penggalan informasi, diketahui bahwa UMKM Sumping & Gapit Sri Logay merupakan usaha keluarga yang dikelola secara perorangan dan diwariskan secara turun-temurun. Usaha ini dijalankan dengan mengedepankan kualitas rasa tradisional sebagai nilai utama produk, sementara pengelolaan usaha masih bersifat sederhana dan berfokus pada keberlangsungan produksi harian.

Dari sisi operasional, proses produksi dilakukan secara manual dengan melibatkan dua orang tenaga kerja yang menangani produksi, pengemasan, dan distribusi. Penentuan jumlah produksi masih disesuaikan dengan jumlah pesanan dan permintaan pasar, khususnya meningkat pada momen tertentu seperti hari raya dan musim liburan. Pengendalian kualitas dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses sortir produk sebelum dikemas.

Dalam aspek pemasaran, UMKM Sumping & Gapit Sri Logay mengandalkan penjualan melalui toko oleh-oleh, warung sekitar, serta pemesanan langsung dari konsumen. Pemanfaatan media digital masih terbatas dan belum dilakukan secara terstruktur, baik dari segi konten promosi maupun pencatatan data penjualan. Namun demikian, usaha ini telah memiliki pelanggan tetap dan dikenal sebagai salah satu produsen camilan tradisional khas di wilayah Purwakarta.

Pada aspek keuangan, diketahui bahwa UMKM belum menerapkan sistem pencatatan keuangan yang terpisah antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Pencatatan transaksi masih dilakukan secara sederhana dan tidak terdokumentasi secara rutin, sehingga pemilik usaha belum dapat mengetahui secara pasti besarnya laba, biaya produksi, maupun arus kas usaha. Kondisi ini menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Melalui tahap mengenal lebih dalam UMKM ini, mahasiswa memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi internal usaha, baik dari sisi kekuatan, kelemahan, maupun peluang pengembangan. Informasi yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar penting dalam melakukan analisis permasalahan dan perumusan rekomendasi pada tahap selanjutnya dalam kegiatan KPB-PKL.

### **Tahap 3 : Membantu Pemasaran di Sosial Media**

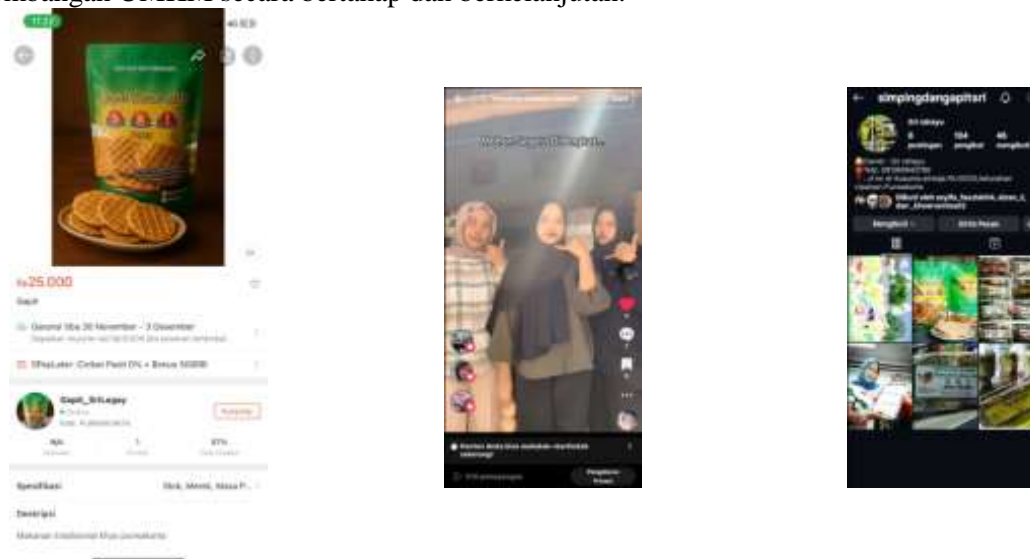
Tahap membantu pemasaran melalui platform digital Shopee dan TikTok merupakan tindak lanjut dari hasil observasi dan pengenalan kondisi UMKM Sumping & Gapit Sri Logay. Kegiatan ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, serta memanfaatkan marketplace dan media sosial berbasis video sebagai sarana promosi yang relevan dengan perkembangan perilaku konsumen saat ini.

Pada tahap ini, mendampingi pemilik UMKM dalam proses pembuatan dan pengelolaan akun penjualan di platform Shopee serta akun promosi di TikTok. Kegiatan diawali dengan pengenalan konsep pemasaran digital, khususnya perbedaan fungsi marketplace sebagai sarana transaksi dan TikTok sebagai media promosi berbasis konten visual. Mahasiswa membantu pemilik usaha dalam membuat akun Shopee Toko, melengkapi profil toko, mengunggah foto produk, menuliskan deskripsi produk, menentukan harga, serta mengatur metode pengiriman dan pembayaran yang sesuai dengan kondisi UMKM.

Selanjutnya, mahasiswa membantu pembuatan akun TikTok UMKM sebagai sarana promosi produk. Pada tahap ini, dilakukan pendampingan dalam pembuatan konten video sederhana yang menampilkan produk gapit, proses pengemasan, serta keunggulan produk sebagai camilan tradisional khas daerah. Konten disusun dengan konsep sederhana dan realistis agar mudah diproduksi secara mandiri oleh pemilik UMKM. Selain itu, mahasiswa juga memberikan arahan mengenai penggunaan caption, tagar (hashtag), serta waktu unggah konten agar lebih mudah menjangkau calon konsumen.

Dalam pelaksanaannya, pemasaran melalui Shopee difokuskan pada kemudahan transaksi dan jangkauan pasar yang lebih luas, sedangkan TikTok difokuskan sebagai media untuk membangun ketertarikan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek. Mahasiswa juga memberikan edukasi mengenai pentingnya konsistensi dalam mengelola toko online dan akun TikTok agar pemasaran digital dapat berjalan secara berkelanjutan.

Melalui tahap ini, UMKM Simpung & Gapit Sri Logay mulai memiliki sarana pemasaran digital yang lebih terstruktur. Pemilik usaha menunjukkan ketertarikan dan pemahaman awal terhadap penggunaan Shopee dan TikTok sebagai media pemasaran. Diharapkan, pemanfaatan kedua platform ini dapat membantu meningkatkan penjualan, memperluas pasar di luar wilayah lokal, serta mendukung pengembangan UMKM secara bertahap dan berkelanjutan.



**Gambar 1.** Pemasaran Sosial Media & Penjualan Di Shopee

#### **Tahap 4 Pembukuan**

Tahap pembuatan laporan keuangan merupakan tahapan lanjutan dari kegiatan pendampingan UMKM Simpung & Gapit Sri Logay yang bertujuan untuk membantu pemilik usaha dalam menyusun laporan keuangan sederhana dan terstruktur. Tahap ini dilakukan berdasarkan hasil observasi dan analisis sebelumnya yang menunjukkan bahwa pencatatan keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga serta belum terdokumentasi secara sistematis.

Pada tahap ini, mahasiswa memberikan pendampingan kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya laporan keuangan sebagai alat untuk mengetahui kondisi keuangan usaha secara nyata. Kegiatan diawali dengan penjelasan mengenai jenis-jenis laporan keuangan sederhana yang relevan untuk UMKM, khususnya laporan laba rugi, serta manfaat laporan tersebut dalam mengevaluasi kinerja usaha, menghitung keuntungan, dan merencanakan pengembangan usaha ke depan.

Selanjutnya, mahasiswa membantu mengumpulkan data transaksi yang meliputi penjualan, pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya operasional lainnya. Data tersebut kemudian disusun secara sistematis ke dalam format laporan keuangan sederhana. Penyusunan laporan difokuskan pada laporan laba rugi bulanan agar pemilik UMKM dapat mengetahui total pendapatan, total biaya produksi, biaya operasional, serta laba bersih yang diperoleh dalam satu periode usaha.

Dalam proses penyusunan laporan keuangan, mahasiswa juga memberikan pemahaman mengenai pemisahan biaya produksi dan biaya operasional, termasuk pencatatan gaji pemilik sebagai upah usaha. Selain itu, mahasiswa menjelaskan perhitungan biaya penyusutan peralatan secara sederhana agar laporan keuangan mencerminkan kondisi usaha yang lebih realistis dan akurat.

Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa UMKM Simpung & Gapit Sri Logay telah memiliki laporan keuangan sederhana yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi usaha. Pemilik UMKM mulai memahami alur keuangan usaha dan pentingnya pencatatan yang rutin serta terpisah dari keuangan pribadi. Dengan adanya laporan keuangan ini, UMKM diharapkan mampu meningkatkan pengelolaan keuangan secara lebih tertib, transparan, dan profesional serta memiliki kesiapan untuk pengembangan usaha di masa mendatang.

**Tabel 1.** Laporan Laba Rugi

No	Keterangan	Bulan		
		September	Oktober	November
1	Penjualan	8,000,000	8,000,000	8,000,000
	Total Pendapatan	8,000,000	8,000,000	8,000,000
2	HPP			

Bahan Baku	1,468,000	1,468,000	1,468,000
Biaya tenaga kerja	900,000	900,000	900,000
BOP	150,000	152,000	151,000
Total HPP	2,518,000	2,520,000	2,519,000
Laba Kotor	5,482,000	5,480,000	5,481,000

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada UMKM Gapit Sri Logay, dapat disimpulkan bahwa usaha ini telah mampu mempertahankan keberlangsungan bisnis melalui kualitas produk yang konsisten, cita rasa khas, serta pemasaran melalui jaringan pelanggan tetap. UMKM juga telah memiliki legalitas usaha yang lengkap dan menggunakan kemasan modern sehingga memberikan nilai tambah terhadap produk.

Namun, masih ditemui beberapa kendala seperti belum optimalnya strategi pemasaran, terutama di media digital, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur sehingga uang usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kondisi ini membuat evaluasi usaha dan perhitungan keuntungan belum dapat dilakukan secara akurat. Maka dari itu, diperlukan pembenahan dalam pemasaran dan sistem keuangan agar usaha dapat berkembang lebih luas dan meningkat secara profesional.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sri Rahayu pemilik UMKM Gapit Sri Logay yang telah memberikan izin, waktu, dan informasi selama proses pengumpulan data sehingga kegiatan penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan artikel ini. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung pelaksanaan kegiatan penelitian, baik secara langsung, sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan lancar.

### REFERENSI

- Buchari Alma. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta. Katalog buku ini tersedia di perpustakaan Universitas Indonesia (LibUI), <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=12934>
- Hasibuan, H. Malayu S.P. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson Education Inc.  
[https://openlibrary.org/works/OL27697969W/Marketing\\_Management\\_Fifteenth\\_edition](https://openlibrary.org/works/OL27697969W/Marketing_Management_Fifteenth_edition)
- Sulasih. (2019). Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2023). Data UMKM Nasional. Diakses dari: <https://kemenkopukm.go.id/>