

ABSTRAK

ANALISIS BIAYA PEMASARAN DAN PROFITABILITAS BERDASARKAN JENIS PRODUK UNTUK MENENTUKAN LABA PENJUALAN PADA UMKM CHARU DHATRI KOTA MADIUN

Oleh :
Ajeng Ayu Lestari
203209076

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Namun, masih banyak UKM yang kurang memperhatikan biaya pemasarannya. Akibatnya, profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan kurang efektif karena biaya yang tidak terkendali. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis biaya pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data dan informasi tentang biaya pemasaran. Penelitian ini juga menganalisis atau memperhitungkan profitabilitas produk untuk mengetahui produk mana yang paling menguntungkan dan apa yang perlu dikembangkan. Objek penelitian ini adalah UMKM Charu Dhatri Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder berupa struktur organisasi, profil perusahaan, data penjualan produk dan data terkait lainnya. Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan datanya yaitu dari dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya biaya pemasaran tidak diimbangi dengan meningkatnya laba setelah biaya pemasaran pada tahun 2021. Laba setelah biaya pemasaran paling tinggi adalah pada tahun 2022 dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun karena bahan baku mulai mudah dicari dan permintaan pelanggan yang bertambah. Analisis profitabilitas berdasarkan jenis produk menunjukkan kenaikan dan penurunan profit yang cenderung fluktuasi setiap tahunnya

Kata Kunci: *Biaya Pemasaran, Jenis Produk, Profitabilitas*

ABSTRACT

MARKETING COST ANALYSIS AND PROFITABILITY BASED ON THE TYPE OF PRODUCT TO DETERMINE THE SALES PROFIT ON UMKM CHARU DHATRI IN MADIUN CITY

By:
Ajeng Ayu Lestari
203209076

UMKM has a very important role in the national economy. However, there are still many UMKM that pay little attention to their marketing costs. As a result, the profitability achieved by the company is less effective due to uncontrolled costs. Therefore, it is necessary to analyze marketing costs. The purpose of this study is to determine, collect, process and analyze data and information about marketing costs. This research also analyzes or takes into account product profitability to find out which products are the most profitable and what needs to be developed. The object of this research is UMKM Charu Dhatri Madiun City. This study uses secondary data sources in the form of organizational structure, company profile, product sales data and other related data. The types of data in this study are quantitative and qualitative data, while the data collection technique is from documentation. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis. The results showed that the increase in marketing costs was not offset by the increase in profit after marketing costs in 2021. Profit after marketing costs is highest in 2022 and continues to increase from year to year because raw materials are starting to be easy to find and customer demand is increasing. Profitability analysis based on product type shows an increase and decrease in profit which tends to fluctuate every year.

Keywords: *Marketing Cost, Product Type, Profitability*