

ABSTRAK

ANALISIS BIAYA PEMASARAN DAN PROFITABILITAS BERDASARKAN JENIS PRODUK UNTUK MENENTUKAN LABA PENJUALAN PADA UMKM OEMAH BATIK CANDI

Oleh :

Fatma Julia Ekaputri
213209098

Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat memiliki peran yang penting dalam menjaga potensi dan stabilitas perekonomian nasional. Tetapi, masih banyaknya UMKM yang kurang memperhatikan biaya pemasarannya. Akibatnya, profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan kurang efektif karena biaya yang tidak terkendali. Oleh karena itu, perlu dilakukannya analisis biaya pemasaran. Tujuan 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 manakah yang paling menguntungkan dan apa yang perlu dikembangkan. Objek penelitian ini adalah UMKM Oemah Batik Candi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer berupa biaya penjualan, biaya pergudangan, biaya pengiriman, biaya promosi, biaya kredit dan penagihan dan biaya akuntansi pemasaran. Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif, sedangkan teknik pengumpulan datanya yaitu dari dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya biaya pemasarannya tidak diimbangi dengan meningkatnya laba setelah biaya pemasaran yaitu pada tahun 2021. Laba setelah biaya pemasaran paling tinggi adalah pada tahun 2022 dan terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun karena makin banyaknya peminat batik dan pesanan meningkat. 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 OEMAH BATIK CANDI

By :

**Fatma Julia Ekaputri
213209098**

Micro, Small and Medium Enterprises play an important role in maintaining the potential and stability of 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 research 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 Oemah Batik Candi. This study uses primary data sources in the form of sales costs, warehousing costs, shipping costs, promotional costs, credit and collection costs, and marketing accounting costs. The types of data in this study are qualitative and quantitative data, while the data collection technique is from documentation. The data analysis technique used is descriptive analysis. The results showed that the increase in marketing costs was not matched by an increase in profit after marketing costs, namely in 2021. Profit after marketing costs is highest in 2022 and continues to increase from year to year due to the increasing number of batik enthusiasts and increasing orders. Profitability analysis based on product type shows an increase and decrease in profit that tends to increase and decrease.

Keywords : *Marketing Cost, Product Type, Profitability*