

ABSTRAK
ANALISIS BIAYA PEMASARAN DAN PROFITABILITAS
BERDASARKAN JENIS PRODUK PADA
UMKM DUA PUTRA KABUPATEN
MADIUN

Milda Ayu Diastutik
213209102

UMKM Dua Putra adalah UMKM yang memproduksi *stick* wijen dan onde wijen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya pemasaran dan profitabilitas berdasarkan jenis produk pada UMKM Dua Putra Kabupaten Madiun. Fokus penelitian adalah untuk mengetahui penggolongan biaya pemasaran, alokasi tarif biaya, laba serta profitabilitas perusahaan. Jenis penelitian ini dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara langsung dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu dengan menggolongkan biaya pemasaran menurut jenis produk. Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi signifikan dalam alokasi biaya antar fungsi pemasaran, mengindikasikan perlunya evaluasi lebih lanjut untuk mengoptimalkan alokasi di masa depan. Analisis juga mengungkapkan bahwa peningkatan biaya pemasaran tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan laba, terutama pada produk *stick* wijen di tahun 2023 mengalami penurunan laba sejumlah Rp 2.190.720 sementara onde wijen mengalami kenaikan laba sejumlah Rp 8.998.981. Pada onde wijen mengalami penurunan profit sebesar 6% pada tahun 2023 dengan total penjualan Rp45.000.000,00. Pada tahun yang sama, *stick* wijen mengalami kenaikan sebesar 32% dengan total penjualan Rp48.384.000,00.

Kata kunci : Analisis Biaya Pemasaran, Profitabilitas, Laba

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING COSTS AND PROFITABILITY BY PRODUCT TYPE AT UMKM DUA PUTRA DISTRICT MADIUN

Milda Ayu Diastutik
213209102

UMKM Dua Putra is an UMKM that produces sesame sticks and sesame onde. This study aims to determine marketing costs and profitability based on the type of product at UMKM Dua Putra Madiun Regency. The focus of the research is to determine the classification of marketing costs, allocation of cost rates, profit and profitability of the company. This type of research with a descriptive approach. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection methods include observation, direct interviews and documentation. The data analysis technique is by classifying marketing costs by product type. The results showed significant variation in cost allocation between marketing functions, indicating the need for further evaluation to optimize allocation in the future. The analysis also revealed that the increase in marketing costs is not always directly proportional to the increase in profits, especially in the sesame stick product in 2023 which decreased to Rp 2,190,720 while sesame onde increased to Rp 8,998,981. While the profitability of sesame sticks shows a positive trend every year, while sesame onde experienced a 6% decrease in profit in 2023 with total sales of IDR 45,000,000.00. In the same year, sesame sticks experienced an increase of Rp48,384,000.

Keywords: Marketing Cost Analysis, Profitability, Profit