

ABSTRAK

ANALISIS BIAYA PEMASARAN DAN PROFITABILITAS BERDASARKAN JENIS PRODUK UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PADA UMKM GEPLAK TAPE BU AYING SURYA PELANGI DI KABUPATEN NGAWI

Oleh :

**Septina Risky Aisha
193209036**

UMKM memiliki kemampuan sebagai penyedia barang dan jasa bagi konsumen serta difungsikan sebagai media penyedia tenaga kerja yaitu 97% dari daya serap dunia usaha. Namun banyak UMKM yang masih kurang memperhatikan faktor pemasarannya. Hal ini menyebabkan profitabilitas yang diperoleh perusahaan kurang efektif, karena biaya yang tidak terkendali. Maka dari itu, perlu dilakukan analisis mengenai biaya pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mengumpulkan, mengolah, menganalisis data tentang pelaksanaan biaya pemasaran. Penelitian ini juga menganalisis atau memperhitungkan profitabilitas produk untuk mengetahui produk mana yang mendapatkan laba paling tinggi dan harus dikembangkan. Objek dari penelitian ini adalah UMKM Geplak Tape Bu Aying Surya pelangi, yang bergerak pada bidang makanan. Produk yang dihasilkan yaitu geplak nanas, geplak tape ketan, geplak tape singkong. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang terdiri dari hasil wawancara serta sumber data sekunder yang berupa data penjualan produk dan data lainnya yang berkaitan. Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan datanya terdiri dari observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya biaya pemasaran tidak diimbangi dengan meningkatnya laba setelah biaya pemasaran pada tahun 2019. UMKM Geplak Bu Aying belum menerapkan perhitungan sesuai dengan standar.

Kata Kunci : Analisis Biaya Pemasaran, Profitabilitas, Laba.

ABSTRACT

MARKETING COST ANALYSIS AND PROFITABILITY BASED ON THE TYPE OF PRODUCT TO DETERMINE THE SELLING PRICE ON MSME GEPLAK TAPE BU AYING SURYA PELANGI IN NGAWI REGENCY

By:

**Septina Risky Aisha
193209036**

UMKM have the ability to provide goods and services for consumers and function as a medium for providing labor, which is 97% of the absorption capacity of the business world. However, many UMKM are still not paying attention to the marketing factor. This causes the profitability of the company to be less effective, due to uncontrolled costs. Therefore, it is necessary to analyze the marketing costs. This study aims to determine, collect, process, analyze data on the implementation of marketing costs. This study also analyzes or takes into account the profitability of the product to find out which product gets the highest profit and must be developed. The object of this research is UMKM Geplak Tape Bu Aying Surya Pelangi, which is engaged in the food sector. The products produced are pineapple geplak, sticky rice geplak, cassava tape geplak. This study uses primary data sources consisting of interviews and secondary data sources in the form of product sales data and other related data. The types of data in this study are quantitative and qualitative data, while the data collection techniques consist of observation and interviews. The results show that the increase in marketing costs is not matched by an increase in profit after marketing costs in 2019. Geplak Bu Aying UMKM have not implemented calculations according to standards.

Keywords: Marketing Cost Analysis, Profitability, Profit