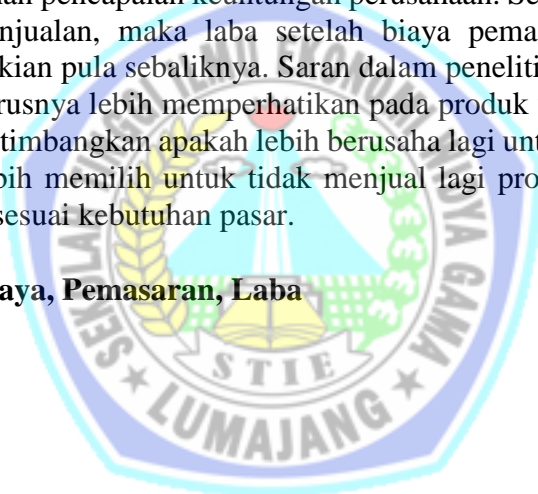


## ABSTRAK

Analisis biaya pemasaran perusahaan dalam pasar yang bersifat kompetitif menjadi bagian penting dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan. Analisis terhadap biaya pemasaran bertujuan untuk menyajikan informasi bagi manajemen untuk penentuan harga pokok produk, pengendalian biaya pemasaran, penentuan biaya pemasaran, dan satuan kegiatan pemasaran. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis biaya pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT. Andatu Mulia Lestari Lumajang tahun 2018 – 2020, metode penelitian ini ada kuantitatif deskriptif, sedangkan pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik yang akan digunakan oleh peneliti dalam penulisan skripsi ini yaitu dokumentasi, obyek penelitian dalam skripsi ini yaitu menganalisis pengaruh biaya pemasaran terhadap laba perusahaan. Hasil dari analisis biaya pemasaran menurut jenis produk, dapat diketahui meningkatnya biaya pemasaran tidak diimbangi dengan meningkatnya laba setelah biaya pemasran dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Presentase harga pokok penjualan dan biaya pemasaran memberikan dampak terhadap perubahan pencapaian **keuntungan** perusahaan. Semakin tinggi presentase harga pokok penjualan, maka laba setelah biaya pemasaran akan mengalami penurunan, demikian pula sebaliknya. Saran dalam penelitian ini yaitu PT. Andatu Mulia Lestari harusnya lebih memperhatikan pada produk yang kurang menjual di pasaran, mempertimbangkan apakah lebih berusaha lagi untuk memasarkan produk tersebut, atau lebih memilih untuk tidak menjual lagi produk tersebut dan fokus menjual produk sesuai kebutuhan pasar.

**Kata Kunci : Biaya, Pemasaran, Laba**



## **ABSTRACT**

*Analysis of the company's marketing costs in a competitive market is an important part of the company's overall costs. Analysis of marketing costs aims to provide information for management for determining product cost, controlling marketing costs, determining marketing costs, and marketing activity units. The purpose of this study was to analyze marketing costs on company profits at PT. Andatu Mulia Lestari Lumajang in 2018 – 2020, this research method is descriptive quantitative, while this research approach uses a case study approach. The technique that will be used by researchers in writing this thesis is documentation, the object of research in this thesis is to analyze the effect of marketing costs on company profits. The results of the analysis of marketing costs by product type, it can be seen that the increase in marketing costs is not matched by an increase in profit after marketing costs from 2018 to 2020. The percentage of cost of goods sold and marketing costs has an impact on changes in the company's profit achievement. The higher the percentage of cost of goods sold, the profit after marketing costs will decrease, and vice versa. Suggestions in this study are PT. Andatu Mulia Lestari should pay more attention to products that sell less in the market, consider whether to put more effort into marketing these products, or prefer not to sell these products and focus on selling products according to market needs.*

**Keywords: Cost, Marketing, Profit**

