

## *ABSTRAK*

**HASNAH NURDIN, 105730441013 Analisis Perencanaan Biaya Pemasaran dan Pengendalian Biaya Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Pada Perusahaan CV. Sentosa Jalan Poros Limbung (Kalukuang) Dibimbing oleh Muchran dan Muttiarni.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perusahaan sudah menerapkan analisis perencanaan biaya pemasaran dan pengendalian biaya pemasarannya serta untuk mendeskripsikan perencanaan biaya pemasaran dan pengendalian biaya pemasaran dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba.

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus net profit margin untuk mengukur jumlah rupiah laba bersih yang dihasilkan oleh setiap rupiah penjualan. Semakin tinggi rasionya semakin baik, karena menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan dokumentasi dan wawancara langsung dengan pemilik perusahaan dan bagian pemasaran mengenai kegiatan perusahaan dan biaya pemasaran dalam perusahaan.

Dari hasil pembahasan yang dilakukan dapat diketahui bahwa anggaran biaya yang disusun oleh CV Sentosa belum sepenuhnya berfungsi sebagai perencanaan biaya pemasaran dan pengendalian biaya pemasaran, karena perusahaan dalam melakukan perencanaan tidak memisahkan biaya yang dapat dikendalikan dan biaya yang tidak dapat dikendalikan. Laporan biaya yang dibuat oleh CV Sentosa tidak disertai dengan anggaran, realisasi dan selisih atau penyimpangan. Perusahaan tidak member penjelasan mengenai penyebab penyimpangan yang terjadi, karena perusahaan tidak melakukan analisis dan evaluasi terhadap penyimpangan yang ada.

**Kata Kunci : Pemasaran, Profitabilitas (Laba)**