

ABSTRACT

Profit Analysis and Marketing Strategy at UMKM Yoikii Food in Bandar Lampung City

By

CAHYA DWI SAPUTRA

This study aims to analyze: (1) the cost of production for Product A (Cipuk), (2) business profit, (3) the profit contribution of Product A, and (4) the implementation of marketing strategies at the UMKM Yoikii Food in Bandar Lampung City. The research was conducted in Kampung Baru Subdistrict, Labuhan Ratu District, Bandar Lampung City using a case study method, with the business owner as the main respondent. The analysis for the first and second objectives used operational cost analysis. The results showed that the cost of production for Cipuk was IDR 471.48 per unit, with a total monthly production cost of IDR 1,740,719 to produce 3,692 units, generating a monthly profit of IDR 1,047,074. The third objective was analyzed using the contribution margin ratio method, which showed that Product A contributed 51.45% to the total business profit. The fourth objective applied the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) method and the 4P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion). The findings indicate that Yoikii Food applies geographic, demographic, psychographic, and behavioral segmentation, with a primary focus on students and the surrounding community as its target market. The targeting strategy employs concentrated marketing, while the positioning strategy emphasizes the product's distinctive taste, affordable pricing, and hygienic presentation. The marketing mix includes categorizing products into Product A and Product B, setting competitive prices, selecting a strategic stall location near a university campus, and promoting actively through physical stalls and social media.

Key words: cost of production, profit, marketing strategi, and UMKM

ABSTRAK

Analisis Keuntungan dan Strategi Pemasaran pada UMKM Yoikii Food di Kota Bandar Lampung

Oleh

CAHYA DWI SAPUTRA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) harga pokok produksi Produk A (Cipuk), (2) keuntungan usaha, (3) kontribusi keuntungan Produk A, dan (4) implementasi strategi pemasaran pada UMKM Yoikii Food Kota Bandar Lampung. Penelitian dilakukan di Kelurahan Kampung Baru, Kecamatan Labuhan Ratu, Kota Bandar Lampung dengan metode studi kasus dan responden adalah pemilik usaha. Metode analisis untuk tujuan pertama dan kedua menggunakan analisis biaya operasional. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan harga pokok produksi cipuk sebesar Rp471,48 per buah, dengan total biaya produksi per bulan Rp1.740.719 untuk menghasilkan 3.692 buah cipuk dengan keuntungan usaha sebesar Rp1.047.074 per bulan. Tujuan ketiga menggunakan metode rasio margin kontribusi yang menunjukkan hasil kontribusi keuntungan Produk A sebesar 51,45 persen terhadap keuntungan usaha. Tujuan keempat menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) yang menunjukkan Yoikii Food menerapkan *segmenting* secara geografis, demografis, psikografis, dan perilaku, dengan fokus utama pada mahasiswa dan masyarakat sekitar sebagai target konsumen. Strategi *targeting* menggunakan *concentrated marketing*, dan strategi *positioning* menekankan pada cita rasa khas produk dan harga yang terjangkau, serta penyajian higienis. Strategi bauran pemasaran melalui pengelompokan produk menjadi Produk A dan Produk B, penetapan harga jual kompetitif, pemilihan lokasi lapak yang strategis di jalan utama dekat kampus, serta promosi aktif melalui lapak dan media sosial.

Kata kunci: harga pokok produksi, keuntungan, bauran pemasaran, dan UMKM