



Analisis Biaya Iklan Dan Biaya *Live Streaming* Pada Pendapatan Elemate Shop

Aulia Roisah Putri¹, Nedi Hendri², Elmira Febri Darmayanti^{3*}

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung, Indonesia

E-mail: auliaroisahputri@gmail.com¹⁾
nedihendri@yahoo.com²⁾
efdarmayanti@gmail.com^{3*)}

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 Juli 2024

Received in Revised 15
Agustus 2024

Accepted 30 September
2024

*Keyword's : Advertising
Costs, Live Streaming
Costs, Digital Marketing,
Revenue*

ABSTRACT

The purpose of using marketing through advertising and live streaming is to introduce products to the public so that sales occur and generate income in accordance with business targets. The use of marketing through advertising and live streaming certainly requires costs. Thus, this study aims to analyze advertising costs and live streaming costs on Elemate Shop's revenue. The method used in this study is a qualitative descriptive method. The data used in this study is secondary data, with the data used in the form of Elemate Shop's monthly financial reports for February-June 2023. The results of this study indicate that advertising costs, live streaming costs, and revenue for 5 months have increased. The increase in advertising costs and live streaming costs affects the increase in Elemate Shop's revenue.

Tujuan penggunaan pemasaran melalui iklan dan *live streaming* adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat sehingga menambah pendapatan sesuai dengan target usaha. Penggunaan pemasaran melalui iklan dan *live streaming* memerlukan biaya. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya iklan dan biaya *live streaming* pada pendapatan Elemate Shop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan bulanan Elemate Shop bulan Februari-Juni 2023. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya iklan, biaya *live streaming*, dan pendapatan selama 5 bulan mengalami kenaikan. Kenaikan biaya iklan dan biaya *live streaming* mempengaruhi kenaikan pendapatan Elemate Shop.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website : <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: efdarmayanti@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Accounting Journal. 2829-4807.

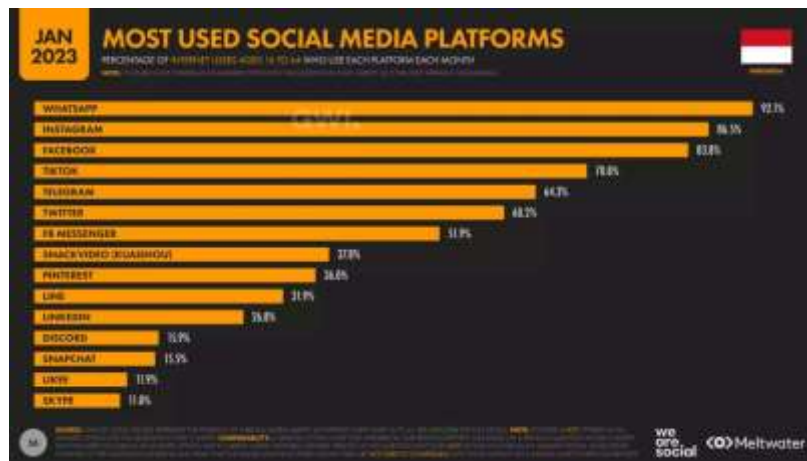
PENDAHULUAN

Pada zaman yang serba maju ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat sehingga hanya perusahaan dengan eksekusi kinerja yang baik yang dapat bertahan. Akibat dari persaingan bisnis yang luar biasa, pembeli memiliki lebih banyak pilihan dan menjadi lebih teliti dalam memilih barang yang akan dibeli (Wasesa et.al, 2014). Dalam situasi saat ini manajemen perusahaan perlu melakukan pendekatan yang diperlukan untuk menjalankan pilihan dan sistem yang sesuai guna mempertahankan kelangsungan hidup, perluasan, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Darmayanti, 2016). Dalam perancangan strategi tersebut, perusahaan akan mengeluarkan biaya (Riani Tanjung dan Azra Velda, 2021). Salah satu metode yang bisa digunakan guna menjamin perusahaan terus berkembang dan tumbuh yaitu berfokus pada volume penjualan. Untuk memperoleh penjualan yang diharapkan diperlukan strategi promosi yang efektif dan efisien seperti penggunaan *digital marketing* yang sering kali dianggap lebih efisien dibandingkan pemasaran tradisional.

Sektor *digital marketing* memberikan kontribusi yang besar dan akan terus berkembang sejalan dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Dengan 210.000.000 pengguna internet menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pemakai internet terbesar di dunia. Hal ini dapat mendorong bangkitnya perekonomian di Indonesia. Dalam rangka berpartisipasi menambah pemahaman *digital marketing* di Indonesia, Power Academy dan KEMDIKBUD RI melalui program studi independen bersertifikat Digital Marketing Camp 02 membentuk salah satu tim proyek bernama Elemate Shop yang sekaligus akan menjadi objek dalam penelitian ini. Elemate Shop menjalankan kegiatan usahanya dengan melakukan kerjasama bersama mitra UMKM kuliner untuk memasarkan produk dan mendapatkan keuntungan dari selisih harga perolehan dan harga jual. Pemasaran produk dilakukan melalui media sosial dan e-commerce.

Suatu bisnis umumnya bertujuan untuk mempertahankan bisnis dan mendapatkan keuntungan dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Setiap perusahaan yang ingin mencapai target pasarnya, harus selalu mencari strategi dan cara pemasaran yang sesuai sehingga harus disiapkan dan direncanakan dengan baik. Strategi pemasaran yang saat ini banyak digunakan yaitu dengan memanfaatkan Iklan Online dan Live Streaming. Iklan seringkali menjadi perhatian besar karena menetapkan iklan yang sesuai dengan target pasar terkadang memerlukan biaya yang besar, begitu pula dengan *live streaming* jika ingin menghasilkan penjualan, maka waktu untuk *live streaming* harus lebih panjang sehingga biaya yang digunakan menjadi lebih banyak pula. Besarnya biaya yang dikeluarkan menuntut perusahaan agar berhati-hati dan cerdas dalam memanfaatkan asetnya agar mampu bersaing. Iklan dan *Live streaming* dapat menghasilkan *return* dan manfaat bagi

perusahaan dengan cara menentukan strategi yang tepat dan meminimalisasi biaya yang keluar, sehingga biaya harus dikelola dengan baik penggunaanya



Gambar 1. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa dari lima besar media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat indonesia terdapat tiga media sosial milik Meta yaitu Whatsapp, Instagram, dan Facebook yang menempati posisi ke-tiga teratas kemudian disusul oleh TikTok di urutan ke-empat Dan dari lima teratas ini terdapat Facebook dan TikTok yang menyediakan layanan periklanan dan *live streaming*. Sehingga dengan melihat potensi potensi tersebut Elemate Shop memilih menggunakan Facebook *ads*, TikTok *ads* dan *live streaming* TikTok sebagai sarana promosi dengan harapan dapat mencapai target pasar yang luas dengan biaya yang dapat disesuaikan dengan anggaran yang terbatas serta menghasilkan penjualan. Nam, tentunya bukanlah hal yang mudah untuk mengaokasikan biaya yang terbatas bagi usaha kecil Seperti Elemate Shop agar dapat melakukan promosi dengan efektif dan menghasilkan pendapatan maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisis biaya periklanan dan biaya *live streaming* pada pendapatan proyek Elemate Shop yang direalisasikan melalui penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode analisis deskriptif adalah pengukuran yang digunakan untuk menganalisis informasi dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan informasi yang telah dikumpulkan apa adanya tanpa maksud untuk encapai kesimpulan yang sah untuk umum atau spekulasi (Sugiyono, 2016). Penelitian ini dilakukan pada Elemate Shop, tim proyek yang terbentuk dari program studi independen bersertifikat kampus merdeka *batch* 4. Penelitian ini akan menggunakan data sekunder dari Elemate Shop. Data sekunder menurut Sugiyono (2018:456) yaitu sumber informasi yang tidak secara langsung memberikan informasi kepada prncari informasi/data, misalnya melalui orang lain atau

dokumen. Dimana data yang dikumpulkan untuk penelitian ini berupa laporan keuangan yang didapatkan dari Elemate Shop. Data yang diperoleh nantinya akan digunakan sebagai data untuk diuji kevalidannya dan untuk menganalisis biaya iklan dan biaya *live streaming* pada pendapatan Elemate Shop. Penelitian ini menggunakan analisis data sebagai berikut:

1. Analisis Biaya Iklan

Analisis biaya iklan pada penelitian ini adalah menganalisis pertumbuhan biaya iklan, selisih total biaya iklan bulan ini dengan bulan sebelumnya kemudian dibagi dengan biaya iklan bulan sebelumnya dari Elemate Shop. Analisis ini digunakan guna mengetahui seberapa besar pertumbuhan penurunan dan kenaikan biaya iklan Elemate Shop.

2. Analisis Biaya *Live Streaming*

Analisis biaya *live streaming* dalam penelitian ini adalah menganalisis pertumbuhan biaya *live streaming*, selisih total biaya *live streaming* bulan ini dengan bulan sebelumnya kemudian dibagi dengan biaya *live streaming* bulan sebelumnya dari Elemate Shop periode Februari-Juni 2023. Analisis ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar pertumbuhan biaya *live streaming* Elemate Shop.

3. Analisis Pendapatan

Analisis biaya pendapatan dalam penelitian ini adalah menganalisis pertumbuhan pendapatan, selisih total pendapatan bulan ini dengan bulan sebelumnya kemudian dibagi dengan pendapatan bulan sebelumnya dari Elemate Shop periode Februari-Juni 2023.

Analisis ini dilakukan agar dapat mengetahui laju pertumbuhan pendapatan Elemate Shop. Dari hasil analisis akan dilakukan perbandingan dengan hasil peningkatan pendapatan, maka akan didapatkan hasil kontribusi biaya iklan dan biaya *live streaming* pada pendapatan Elemate Shop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Iklan Elemate Shop

Biaya iklan merupakan biaya yang sangat penting bagi Elemate Shop sebagai media untuk memasarkan dan mempromosikan produk. Elemate Shop dalam mempromosikan produknya menggunakan iklan media sosial yaitu Facebook *ads* dan TikTok *ads*. Penggunaan iklan pada kedua *platform* tersebut memerlukan biaya yang cukup besar untuk mencapai jangkauan iklan yang lebih luas. Setiap bulannya biaya iklan yang dikeluarkan oleh Elemate Shop berubah-ubah sesuai dengan evaluasi yang didapatkan dari hasil iklan sebelumnya. Berikut adalah biaya iklan yang dikeluarkan oleh Elemate Shop selama periode Februari – Juni 2023. Biaya iklan yang dikeluarkan tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Biaya Iklan Elemate Shop

Bulan	Biaya Iklan		Selisih		Presentasi
Februari	Rp	10.000	Rp	0	0
Maret	Rp	14.019	Rp	4.019	40%
April	Rp	60.309	Rp	46.290	330%
Mei	Rp	70.000	Rp	9.691	16%
Juni	Rp	76.435	Rp	6.435	9%

Biaya iklan yang dikeluarkan Elemate Shop pada bulan Februari sampai dengan Juni 2023 mengalami kenaikan terus menerus namun dengan jumlah kenaikan yang tidak sama. Pada bulan Februari biaya iklan Elemate Shop yaitu sebesar Rp 10.000 sementara pada bulan maret biaya iklan mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp 4.019 sehingga biaya iklan menjadi sebesar Rp 14.019 dengan presentase kenaikan biaya iklan diperkirakan sebesar 40%. Sementara pada bulan April biaya iklan mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu sebesar Rp 46.290 sehingga biaya iklan pada tahun bulan April menjadi Rp 60.309 dan presentase kenaikan sebesar 330%, kenaikan signifikan ini didapatkan dari hasil evaluasi iklan bulan sebelumnya dimana Elemate Shop memutuskan untuk menambah frekuensi tayang iklan dan menambah durasi penayangan iklan. Kemudian pada bulan Mei biaya iklan yang dikeluarkan Elemate Shop tetap mengalami kenaikan namun jumlahnya hanya sedikit dikarenakan Elemate Shop telah menemukan strategi yang dianggap cukup tepat sehingga kenaikan biaya iklan hanya sedikit untuk menambah frekuensi tayang iklan sehingga biaya iklan yang dikeluarkan sebesar Rp 70.000, naik sebesar Rp 9.691 atau 16% lebih besar daripada biaya iklan bulan sebelumnya. Sementara pada bulan Juni biaya iklan yang dikeluarkan Elemate Shop juga mengalami kenaikan sebesar 9% atau Rp 6.435 sehingga menjadi Rp 76.435.

Biaya *Live Streaming* Elemate Shop

Strategi pemasaran yang dilakukan Elemate Shop tidak hanya melalui iklan, tetapi juga melalui *live streaming*. Dalam pelaksanaan *Live streaming* tersebut memerlukan sejumlah biaya di antaranya yaitu untuk kuota internet dan sampel produk. *Live streaming* digunakan untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk secara *real time* sehingga pelanggan dapat berinteraksi langsung dengan *host live streaming* terkait produk dan pengiriman produk. Strategi *live streaming* akan selalu di evaluasi oleh Elemate Shop, evaluasi tersebut juga mencakup perubahan jadwal, durasi, dan frekuensi *live streaming* sehingga mempengaruhi biaya yang dikeluarkan demi terlaksananya *live streaming* yang efektif dan menghasilkan penjualan. Berikut data biaya *live streaming* yang dikeluarkan Elemate Shop:

Tabel 2. Biaya Live Streaming Elemate Shop

Bulan	Biaya Live Streaming	Selisih	Presentasi
Februari	Rp 10.000	Rp 0	0%
Maret	Rp 20.000	Rp 10.000	100%
April	Rp 60.000	Rp 40.000	200%
Mei	Rp 100.000	Rp 40.000	66%
Juni	Rp 100.000	Rp 0	0%

Berdasarkan pada tabel diatas pada bulan Februari Elemate Shop mengeluarkan biaya *live streaming* sebesar Rp 10.000. Pada bulan Maret biaya *live streaming* mengalami kenaikan sebesar Rp 10.000 sehingga menjadi Rp 20.000 atau mengalami kenaikan sebesar 100%, kenaikan ini disebabkan adanya perubahan strategi dimana *host live streaming* memerlukan lebih banyak kuota internet sehubungan dengan ditambahkan frekuensi *live streaming*. Sementara pada bulan April biaya *live streaming* Elemate Shop kembali naik menjadi sebesar Rp 60.000 atau dengan presentase kenaikan 200% dari bulan sebelumnya, hal ini disebabkan adanya evaluasi dari Elemate Shop dimana Elemate Shop menambah jumlah *host live streaming* menjadi sebanyak dua orang, hal ini dilakukan untuk memberikan suasana baru *live streaming* dengan dua *host* yang memiliki pembawaan yang berbeda serta frekuensi *live streaming* yang bertambah dengan jadwal yang disesuaikan. Kemudian pada bulan Mei biaya *live streaming* kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp 100.000, naik sebesar Rp 40.000 dari bulan sebelumnya atau dengan presentase kenaikan sebesar 66%, kenaikan ini dilakukan sesuai evaluasi yang didapatkan, dimana diperlukan kenaikan biaya untuk memaksimalkan potensi *live streaming*. Sementara pada bulan Juni biaya *live streaming* Elemate Shop tidak mengalami kenaikan, atau tetap sebanyak Rp 100.000, hal ini dilakukan karena Elemate Shop merasa dengan strategi bulan sebelumnya sudah tepat sehingga tidak diperlukan perubahan strategi yang berdampak pada tidak berubahnya biaya *live streaming* yang dikeluarkan pada bulan Juni.

Pendapatan

Elemate Shop dalam menjalankan usahanya menerima hasil dari penjualan produk makanan baik dari penjualan melalui iklan, *live streaming*, maupun unggahan organik di media sosial Elemate Shop. Berikut adalah pendapatan usaha yang diterima oleh Elemate Shop:

Tabel 3. Pendapatan Elemate Shop

Bulan	Pendapatan	Selisih	Presentasi
Februari	Rp 55.000	Rp 0	0%
Maret	Rp 99.450	Rp 44.450	80%
April	Rp 283.550	Rp 184.110	185%
Mei	Rp 488.230	Rp 204.680	72%
Juni	Rp 741.884	Rp 253.654	51%

Pendapatan yang diterima Elemate Shop setiap bulan mengalami kenaikan namun dengan presentase kenaikan yang berbeda-beda. Pada bulan Februari pendapatan baru mencapai Rp 55.000. Pada bulan Maret pendapatan mengalami kenaikan sebesar Rp 44.450 sehingga pendapatan pada Elemate Shop menjadi Rp 99.450 dengan presentase kenaikan pendapatan diperkirakan 80%. Sementara pada bulan April pendapatan juga mengalami kenaikan menjadi Rp 283.550 atau naik sebesar Rp 184.110, naik 185% sekaligus menjadi presentase kenaikan tertinggi pendapatan Elemate Shop. Kemudian pada bulan Mei mengalami kenaikan sebesar Rp 204.680 atau naik 72% dari bulan sebelumnya sehingga menjadi Rp 488.230. Sementara pada bulan Juni pendapatan juga mengalami kenaikan sebesar 51% dari bulan sebelumnya atau sebesar Rp253.654 sehingga menjadi Rp 741.884.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa biaya iklan terus naik setiap bulannya, Dari tabel 2. Data Biaya Iklan Elemate Shop diketahui bahwa rata-rata kenaikan biaya iklan yaitu sebesar 19,6% Dengan memperhatikan keunggulan iklan media sosial yang digunakan Elemate yaitu Facebook *ads* dan Tiktok *ads* yang ekonomis dan persebaran iklannya dapat disesuaikan dengan target pasar, Elemate Shop meyakini bahwa penggunaan iklan yang efektif akan dapat membantu meningkatkan pendapatan. Begitu juga dengan *live streaming* yang dianggap sangat potensial dan dapat diandalkan bagi usaha yang memiliki dana terbatas, karena dengan melakukan *live streaming*, penjual dapat berinteraksi dan memperkenalkan produk secara langsung tanpa mengeluarkan biaya yang besar seperti metode tradisional taupun *offline*.

Biaya Iklan

Biaya iklan digunakan Elemate Shop untuk meningkatkan penjualan produk. Sesuai dengan pendapat Kotler (2008:23) bahwa terdapat empat indikator dalam biaya promosi, yaitu biaya periklanan, biaya promosi penjualan, dan biaya *personal selling*. Biaya promosi yang dikeluarkan Elemate Shop berupa iklan Facebook dan iklan TikTok. Sebagai timbal balik pengeluaran biaya iklan, Elemate Shop menginginkan kenaikan penjualan, oleh karena itu segala upaya telah dilakukan untuk berinovasi agar dapat mendorong peningkatan pendapatan dan volume penjualan.

Pada bulan Februari dan Maret Elemate Shop mengeluarkan biaya yang masih sedikit karena pada bulan tersebut Advertiser Elemate Shop masih dalam proses *testing* untuk mencari strategi iklan seperti yang tepat dan dapat menghasilkan lebih banyak penjualan. Kemudian di bulan selanjutnya yaitu April, Mei, dan Juni biaya iklan Elemate Shop terus meningkat meskipun presentase peningkatannya diperkecil. Hal ini dikarenakan Advertiser Elemate Shop sudah

menemukan strategi yang dianggap cukup tepat dan hasil dari peningkatan biaya iklan yang dikeluarkan dapat meningkatkan penjualan. Hal ini sesuai dengan pandangan Tjiptono (2008) bahwa suatu bisnis dalam melakukan promosi harus mengeluarkan biaya promosi, dimana jumlah biaya promosi yang ditetapkan perusahaan untuk mempromosikan produk kepada konsumen akan memberikan pengaruh terhadap perkembangan perusahaan dan pertumbuhan pasar.

Biaya *Live Streaming*

Biaya kedua yang dikeluarkan Elemate Shop untuk mencapai penjualan produk adalah biaya *live streaming*, yaitu biaya yang dikeluarkan setiap kali *live streaming* dilakukan. Dalam tabel 3. Data Biaya *Live Streaming* Elemate Shop diketahui bahwa terdapat kenaikan biaya *live streaming* yang cukup signifikan di bulan April dan Mei dibandingkan bulan Februari dan Maret adalah karena Elemate Shop ingin memaksimalkan potensi penjualan dengan menambah durasi dan frekuensi *live streaming* menjadi lebih panjang dan pada jam potensial *live streaming* sehubungan dengan melonjaknya tingkat konsumtif masyarakat dibulan tersebut yang bertepatan dengan bulan Ramadhan 2023 sebagaimana dalam penelitian (Hududa et al., 2023) yang berjudul “Pendapatan dan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Selama Bulan Ramadhan di Kecamatan Pontianak Kota”, mengatakan bahwa secara umum ketika memasuki bulan Ramadhan kebutuhan dan konsumsi akan semakin meningkat, hal ini dikarenakan masyarakat khususnya umat islam akan mencari sesuatu yang lebih beragam dan ‘khas’, mengingat bulan Ramadhan adalah bulan yang dianggap istimewa dan hanya berlangsung sebulan dalam setahun. Hasil dari pengorbanan biaya *live streaming* yang dikeluarkan Elemate Shop adalah naiknya penjualan Elemate Shop sehingga menambah pendapatan Elemate Shop. Hal ini sesuai dengan pendapat Sutopo dan Alfin Muslikhun (2022) dalam artikel berjudul “Strategi Peningkatan Penjualan *Online* Melalui *Live Streaming* Pada Media Sosial *Online*”, dimana dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa sistem *live streaming* di TikTok dapat meningkatkan penjualan produk. Tidak hanya meningkatkan penjualan produk namun *live streaming* juga dapat membantu meningkatkan jumlah pengikut (*followers*).

Pendapatan

Dari segi pendapatan, pada bulan Februari pendapatan Elemate Shop masih sangat rendah dikarenakan usaha Elemate Shop baru dimulai dan masih kurangnya promosi produk, namun pada bulan-bulan berikutnya pendapatan Elemate Shop mulai mengalami kenaikan. Peningkatan pendapatan memang tidak dapat langsung dirasakan pada bulan yang sama saat dilakukan promosi baik dari iklan maupun *live streaming* seperti yang terjadi pada bulan maret, kenaikan pendapatan 80% atau menjadi sebesar Rp 99.450 lebih besar Rp 44.450 dibandingkan bulan Februari, kenaikan

ini merupakan hasil dari biaya promosi pada bulan Februari baik dalam bentuk iklan maupun *live streaming*. Kemudian pada bulan April pendapatan kembali mengalami kenaikan dengan presentase kenaikan sebesar 185% naik sebesar Rp 184.110 dibandingkan bulan sebelumnya menjadi Rp 283.550 hal ini disebabkan adanya perbaikan strategi oleh Elemate Shop yang menaikkan biaya iklan dan biaya *live streaming* pada bulan Maret menjadi sebesar Rp 14.019 untuk biaya iklan dan Rp 20.000 untuk biaya *live streaming* sehingga penjualan terus terjadi dan menghasilkan kenaikan pendapatan. Meskipun presentase kenaikan setelah bulan april menurun namun kenaikan terus terjadi dimana pendapatan mencapai Rp 488.230 pada bulan Mei dan naik menjadi Rp 741.884 pada bulan Juni hal ini sejalan dengan peningkatan biaya iklan dan biaya *live streaming* yang dikeluarkan Elemate Shop pada bulan April dan Mei, peningkatan tersebut bertujuan agar Elemate Shop dapat terus memaksimalkan potensi penjualan dengan cara lebih gencar mempromosikan produk melalui iklan dan *live streaming*, dan strategi tersebut berhasil dibuktikan dengan kenaikan pendapatan yang terus terjadi. Berikut perbandingan kenaikan biaya iklan, biaya *live streaming* dan pendapatan Elemate Shop:

Tabel 4. Perbandingan Kenaikan Biaya Iklan & *Live Streaming* Dengan Pendapatan

Bulan	Biaya Iklan	Biaya <i>Live Streaming</i>	% Kenaikan Biaya	Pendapatan	% Kenaikan Pend.
Februari	Rp 10.000	Rp 10.000	0%	Rp 55.000	0%
Maret	Rp 14.019	Rp 20.000	70%	Rp 99.450	80%
April	Rp 60.309	Rp 60.000	253%	Rp 283.550	185%
Mei	Rp 70.000	Rp 100.000	41%	Rp 488.230	72%
Juni	Rp 76.435	Rp 100.000	3,7%	Rp 741.884	51%

Dari tabel diatas dapat diketahui seberapa berpengaruh kenaikan biaya. Contohnya pada bulan Maret, kenaikan biaya sebesar 70% menyebabkan kenaikan pendapatan sebesar 80%, dan seterusnya. Hasil tersebut sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Alma (2009:15) yang menyatakan bahwa biasanya apabila biaya bertambah untuk kegiatan promosi maka penjualan akan meningkat. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Masruroh, Widodo, dan Zulianto (2019) yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember tahun 2016-2018” bahwa biaya promosi yang telah dtentukan dan disalurkan untuk biaya iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan biaya hubungan masyarakat secara signifikan berpengaruh terhadap penjualan yang diperoleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka analaisis biaya iklan dan biaya *live streaming* pada pendapatan Elemate Shop diperoleh kesimpulan meskipun biaya iklan dan biaya *live streaming* terus mengalami kenaikan, namun kenaikan biaya tersebut sejalan dengan kenaikan

pendapatan Elemate Shop. Sehingga dapat dikatakan biaya yang dikeluarkan berpengaruh terhadap kenaikan pendapatan Elemate Shop. Biaya promosi yang mencakup biaya iklan dan biaya *live streaming* sangat penting bagi sebuah usaha. Strategi dan penentuan biaya promosi berperan dalam memperkenalkan produk yang akan dijual agar lebih dikenal oleh calon konsumen sehingga pendapatan yang didapat akan meningkat melalui penjualan produk.

Saran yang dapat dijadikan masukan sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan adalah untuk Elemate Shop sebaiknya dapat melanjutkan atau membuka kembali proyek usahanya, karena berdasarkan hasil analisis, Elemate Shop berhasil memperoleh keuntungan dari pendapatan selain itu juga Elemate Shop telah menemukan strategi yang cukup tepat untuk dapat memanfaatkan biaya promosi serta produk-produk sudah mulai dikenal masyarakat. Sehingga sangat disayangkan jika terhenti begitu saja. Untuk usaha sejenis dengan modal dan anggaran promosi yang kecil dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, karena selain dapat memperkenalkan produk melalui iklan berbayar pada media sosial dengan anggaran yang murah dan dapat disesuaikan dengan target audiens, pelaku usaha juga dapat mempromosikan produknya secara gratis melalui postingan-postingan organik di berbagai media sosial sehingga produk dapat dikenal, biaya promosi lebih efisien, dan keuntungan yang diperoleh dapat dimaksimalkan. Sedangkan Untuk penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang, dapat dilakukan pada perusahaan atau usaha lain yang dengan skala yang lebih besar serta dikarenakan keterbatasan, penelitian ini hanya mendapatkan laporan pendapatan dan biaya-biaya secara bulanan disebabkan proyek usaha dalam penelitian ini hanya berlangsung selama 5 bulan. Oleh karena itu diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperoleh laporan pendapatan dan biaya perusahaan dalam periode waktu 1 tahun dan seterusnya agar terhindar dari subjektifitas peneliti yang tinggi dalam menetapkan asumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Wasesa, I. W. B., Zukhri, K. R. (2014). Pengaruh Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UD Agung Esha Karangasem. *E-Journal Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singajara, Indonesia* 4(1).
- Darmayanti, E. F., (2016). Analisis Pengakuan Pendapatan Pada Perusahaan Konstruksi. *Jurnal Akuntansi*, 12 (1), 79-91.
- DataReportal. (2023, Februari 8). Digital 2023 Indonesia (February 2023) v01. DataReportal. <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-indonesia-february-2023-v01>. 19 Januari 2024 (09:13)
- Tanjung, R., & Wijayanti, A. V., (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia Tbk. Tahun 2012-2019. *Jurnal Akuntansi* 14(1), 28-40.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Kotler Phillip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo. Jakarta
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset. Yogyakarta
- Akmami, H., Munifah, F. A., Syarmiati, Julia, E., & Muttaqin, I. (2023). Pendapatan dan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima Selama Bulan Ramadhan di Kecamatan Pontianak Kota. *Jurnal Masyarakat dan Desa*, 3(1), h. 41–54.
- Sutopo, & Muslikhun, A. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Online Melalui Live Streaming Pada Media Sosial Online (Studi Kasus Pada Online Shop di Platform TikTok). *Jurnal Dharma Ekonomi*, 29(56), h. 49–56.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Masruroh, D., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Motor Pada Sentral Yamaha Jember Tahun 2016-2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 13(2), h. 49-54.