

- 3) Hasil dari analisis biaya pemasaran menurut jenis daerah pemasaran, PT Pangan Lestari Finna Malang mendistribusikan produknya ke enam daerah pemasaran, antara lain : Malang, Blitar, Kediri, Pasuruan, Tulungagung, dan Probolinggo. Daerah pemasaran yang memberikan kontribusi laba terbesar ada pada daerah Malang jenis produk krupuk udang finna classic, laba yang dihasilkan produk krupuk udang finna classic daerah pemasaran Malang adalah sebesar Rp. 34.641.434 dengan biaya pemasaran sebesar Rp 26.309.346. Daerah pemasaran yang memberikan kontribusi laba terkecil serta menyerap biaya paling kecil adalah pada daerah Pasuruan jenis produk PA mantou pandan, laba yang dihasilkan adalah sebesar Rp. 3.526.824 dengan biaya pemasaran sebesar Rp.2.831.626.

5.2 Saran

- 1) PT Pangan Lestari Finna Malang harusnya lebih memperhatikan pada produk yang kurang menjual di pasaran, mempertimbangkan antara lebih berusaha lagi dengan menambah lagi sejumlah anggaran untuk untuk memasarkan produk tersebut ke berbagai daerah pemasaran atau lebih memilih untuk tidak menjual lagi produk tersebut dan fokus untuk mencari pengganti produk tersebut sesuai kebutuhan pasar.
- 2) Pihak manajemen PT Pangan Lestari Finna Malang harusnya lebih melakukan pengendalian biaya terhadap produk-produk yang telah dikenal dan diterima oleh pasar, sebisa mungkin ditekan pengeluaran biayanya, misalkan pada

produk krupuk udang finna classic, produk ini sudah memberikan kontribusi laba tertinggi, harusnya biaya yang dikeluarkan untuk penjualan produk ini diminimalkan untuk kelancaran penjualan produk-produk yang lain.

- 3) PT Pangan Lestari Finna Malang harusnya lebih selektif lagi dalam pemilihan daerah pemasarannya, misalkan pada daerah pemasaran Malang, daerah ini memiliki potensi yang sangat besar untuk penjualan produk krupuk udang finna classic yang berarti memusatkan pemasarannya pada daerah malang dengan jenis produk krupuk udang finna classic, demikian juga dengan daerah Kediri yang memiliki potensi untuk penjualan produk tuna chunk sunbell berarti harus difokuskan untuk memasarkan produk tuna chunk sunbell pada daerah Kediri.
- 4) Daerah yang tidak memiliki potensi untuk penjualan suatu produk harusnya lebih diperhatikan lagi, antara lebih meningkatkan lagi biaya pemasarannya pada daerah tersebut atau mengakhiri hubungan dengan daerah tersebut dalam arti mengakhiri penjualan produk yang kurang memberikan keuntungan, misalkan pada daerah Pasuruan jenis produk PA mantou pandan yang memberikan kontribusi laba terkecil dan biaya terkecil, harusnya perusahaan dapat menemukan solusi produk yang tepat untuk dijual di Pasuruan, dengan tidak lagi menjual produk PA mantou pandan pada daerah tersebut.