

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap laporan keuangan yang dimiliki oleh PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penjualan yang dilakukan oleh PT Ultrajaya Milk mengalami peningkatan yang sangat tinggi dari tahun ke tahun. Untuk tahun 2003 penjualannya sebesar 490.631.571.782 dan tahun 2004 mengalami peningkatan sebesar 546.325.458.305 untuk tahun 2005 juga mengalami peningkatan sebesar 711.731.974.42 dan diperkirakan untuk tahun 2006 penjualan akan meningkat sebesar 830.000.000.000.
2. Sedangkan untuk kebijakan rata-rata pengihan piutang setiap tahunnya berbeda, untuk tahun 2003 selama 55 hari dan tahun 2004 dipelonggar selama 66 hari, tahun 2005 diperketat menjadi 60 hari dan perkiraan tahun 2006 diperketat kembali menjadi 55 hari. Dengan adanya kebijakan seperti ini pada dasarnya membuat penjualan bersihnya mengalami penurunan tetapi sebaliknya penjualan bersih PT Ultrajaya Milk mengalami peningkatan.
3. Untuk persentase penjualan kredit yang diberikan PT Ultrajaya Milk adalah sebesar 80% dari total penjualan dan 20% penjualan tunai. Walaupun persentase untuk penjualan kredit sangat besar dari penjualan tunai PT Ultrajaya Milk tidak

mempunyai piutang tak tertagih karena hampir semua piutang dapat tertagih semua.

4. Berdasarkan standar umum rasio profitabilitas dinilai kurang baik karena mengalami penurunan setiap tahunnya terutama pada laba kotor, laba bersih dan laba usaha. Untuk laba kotor tahun 2003 sebesar 32,51% dan mengalami penurunan di tahun 2004 sebesar 31,92% di tahun 2005 juga mengalami penurunan sebesar 30,34%. Untuk HAA tahun 2003 ke tahun 2004 dinilai kurang baik karena mengalami penurunan dimana pada tahun 2003 HAA sebesar 0,67% dan turun menjadi 0,34% tetapi untuk tahun 2004 ke tahun 2005 mengalami peningkatan di mana tahun 2005 HAA sebesar 0,36%. Untuk HAE tahun 2003 ke tahun 2004 dinilai kurang baik karena mengalami penurunan di mana pada tahun 2003 HAA sebesar 1,33% dan turun menjadi 0,55% tetapi untuk tahun 2004 ke tahun 2005 mengalami peningkatan di mana tahun 2005 HAA sebesar 0,56%
5. Apabila penilaian dilakukan secara horizontal maka untuk laba kotor mengalami peningkatan setiap tahunnya karena penjualan bersihnya mengalami peningkatan tiap tahunnya. Di mana laba kotor tahun 2003 sebesar 159.480.560.778 dan tahun 2004 sebesar 174.365.299.120 dan tahun 2005 sebesar 215.925.387.752. Sedangkan laba operasinya tahun 2003 sebesar 85.850.536.114 tahun 2004 sebesar 86.453.166.773 dan tahun 2005 mengalami penurunan sebesar 61.131.729.890. Untuk laba bersih tahun 2003 ke tahun 2004 mengalami penurunan di mana laba bersih tahun 2003 sebesar 7.484.699.647 tahun 2004 sebesar 4.414.264.100 karena banyak biaya yang harus dikeluarkan sementara

penjualan bersih hanya meningkat sedikit. Tetapi untuk tahun 2005 laba bersih kembali mengalami peningkatan tahun 2004 dimana laba bersih tahun 2005 sebesar 4.527.739.591 walaupun pada tahun 2005 lebih banyak lagi biaya yang harus dikeluarkan tetapi penjualan bersih tahun 2005 mengalami peningkatan yang sangat tinggi dari tahun 2004.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT Ultrajaya Milk mengurangi pengeluaran biaya yang sangat tinggi terutama pada biaya operasi dan pada Cost of good sold karena apabila biaya yang dikeluarkan sangat tinggi sedangkan untuk peningkatan penjualannya hanya sedikit maka akan mengurangi pendapatan laba bersih yang diperoleh perusahaan. Walaupun penjualan bersihnya meningkat tetapi apabila cost of good sold tinggi maka laba kotor juga akan mengalami penurunan.
2. Dari analisis di pembahasan, jangka waktu kredit yang diberikan tidak berpengaruh secara langsung terhadap penjualan dan keuntungan perusahaan karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan sudah dikenal dan merupakan barang konsumsi sehari-hari. Oleh sebab itu, perusahaan lebih baik melakukan kebijakan memperketat jangka waktu kreditnya, sehingga modal yang tertanam di piutang dagang berkurang.
3. Apabila perusahaan melakukan kebijakan dengan memperketat rata-rata periode penagihan, sebaiknya perusahaan juga harus memperhatikan kompetitor yang

melakukan kebijakan dengan memperlonggar rata-rata periode penagihan, jangan sampai pelanggan tersebut berpindah dengan melakukan pembelian ke perusahaan pesaing tersebut.