

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada UD. “X” dengan menggunakan *cost-volume-profit analysis*, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. UD. “X” mengalami penurunan margin kontribusi dari tahun 2013 ke tahun 2014, hal ini disebabkan adanya penambahan biaya *listing* atau sewa rak yang dilakukan oleh UD. “X” pada tahun 2014 pada beberapa toko untuk menghadapi persaingan produk pesaingnya yang semakin banyak. Dari strategi *listing* ini, penjualan memang semakin meningkat, namun margin kontribusi berkurang. Hal ini dikarenakan biaya *listing* yang sifatnya dibayar dimuka dan hanya dibayar satu kali saja di awal saat perusahaan melakukan *listing*, sehingga biaya *listing* tersebut dibebankan sepenuhnya pada tahun 2014. Dan pada tahun berikutnya, perusahaan sudah tidak perlu membayar biaya *listing* lagi.
2. Pada tahun 2013, perusahaan tidak akan mengalami kerugian maupun keuntungan apabila penjualan perusahaan sebesar 28.578 unit produk atau

**BAB V – Simpulan dan Saran**

---

ketika total penjualan dalam rupiah sebesar Rp 239.574.268,8. Sedangkan pada tahun 2014, perusahaan tidak akan mengalami kerugian maupun keuntungan apabila penjualan perusahaan sebesar 33.325 unit produk atau ketika total penjualan dalam rupiah sebesar Rp 280.558.487,25.

3. Laba yang diinginkan perusahaan untuk periode berikutnya adalah sebesar 30%, maka penjualan dalam unit yang harus dicapai agar perusahaan menghasilkan laba optimum sebesar 30% adalah sebanyak 91.009 unit produk.
4. Pada tahun 2013, margin keamanan UD. “X” adalah sebesar 48%. Artinya, penurunan penjualan yang masih dapat ditolerir agar perusahaan tidak mengalami kerugian setinggi-tingginya sebesar 48% atau Rp 223.910.731,2. Sedangkan pada tahun 2014, margin keamanan UD. “X” adalah sebesar 57%. Artinya, penurunan penjualan yang masih dapat ditolerir agar perusahaan tidak mengalami kerugian setinggi-tingginya sebesar 57% atau Rp 373.532.512,8.
5. Dari hasil perhitungan, diketahui besarnya DOL UD. “X” pada tahun 2013 adalah sebesar 2,07 dan pada tahun 2014 adalah sebesar 1,75.

Semakin besar tingkat *leverage* operasi, semakin besar pula kemungkinan perusahaan mencapai laba optimum.

6. Manfaat dari *cost-volume-profit analysis* pada UD. “X” adalah membantu UD. “X” merencanakan dan menetapkan strateginya dalam meramalkan

pertumbuhan penjualan untuk mencapai target, menetapkan penjualan minimum perusahaan, serta membantu perusahaan mengetahui besarnya pertumbuhan laba dari penjualannya. Penerapan *cost-volume-profit analysis* sangat berguna bagi perusahaan dalam merencanakan laba optimum agar perusahaan dapat terus bertahan dan terus menghasilkan laba.

## **5.2. Saran**

Saran bagi perusahaan :

1. UD. “X” sebaiknya menggunakan analisis biaya-volume-laba pada perusahaannya dalam merencanakan laba optimum, agar perusahaan dapat lebih mudah menentukan strategi atau perencanaan untuk mencapai target penjualan berdasarkan perhitungan analisis biaya-volume-laba, serta mengetahui besarnya pertumbuhan laba dari penjualannya (*operating leverage*).
2. Sebaiknya UD. “X” melakukan penggolongan semua biaya yang terjadi dalam perusahaan ke dalam biaya tetap, biaya variabel, atau biaya semivariabel agar lebih mudah dalam melakukan analisis menggunakan analisis biaya-volume-laba yang sangat membantu perusahaan dalam membuat perencanaan laba optimum.

**BAB V – Simpulan dan Saran**

---

3. Agar penjualan UD. “X” meningkat sesuai target laba, sebaiknya UD. “X” melakukan lebih maksimal dalam mempromosikan produknya dengan cara menambah biaya insentif karyawan, biaya iklan dan promosi. Menambah biaya insentif karyawan memiliki dua alternatif. Pertama, bisa dengan menambah bagian marketing. Kedua, dengan cara menambah besarnya insentif bagian marketing agar bagian marketing bisa lebih bersemangat dalam menawarkan produk kepada toko-toko baru. Selain itu, dapat juga dengan mengiklankan produk dan promosi agar produk UD. “X” dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan masyarakat menjadi semakin tertarik untuk membeli produk UD. “X”. Dengan adanya peningkatan penjualan maka lebih besar kemungkinan perusahaan dalam mencapai laba optimum.
4. Perusahaan juga sebaiknya lebih berfokus dalam penjualan produk yang menghasilkan margin kontribusi terbesar untuk dapat meningkatkan laba optimum perusahaan.