

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab empat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perusahaan Margahayu Jaya Indah mengelompokkan biaya-biaya yang terjadi sesuai dengan fungsi pokok dalam perusahaan. Perusahaan membagi unsur-unsur biaya yang terjadi ke dalam tiga kelompok, yaitu: biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya umum dan administrasi.
2. Selama ini perusahaan belum melakukan pengelompokkan biaya yang terjadi ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Dalam melakukan analisis *Break Even*, maka dilakukan pengklasifikasian biaya yang terjadi ke dalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Selanjutnya biaya semi variabel yang terjadi dipisahkan ke dalam unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel dengan menggunakan metode *least square*.
3. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa *Break Even Point* perusahaan dapat dicapai pada volume penjualan 273.094 kg, dengan pendapatan penjualan sebesar Rp 6.026.930.316.
4. Dengan penjualan Kantong Klip Polos saja, perusahaan mendapat laba sebesar Rp 144.131.080. Sedangkan dengan penjualan Kantong Klip Print saja, perusahaan menderita kerugian sebesar Rp 1.009.985.794. Jadi, perusahaan harus berusaha meningkatkan penjualan Kantong Klip Polos.

5. Untuk mencapai target laba per tahun sebesar Rp 600.000.000, maka perusahaan harus mencapai volume penjualan sebanyak 396.250 kg, atau mendapatkan pendapatan penjualan sebesar Rp 8.744.858.861.

## 5.2 Saran

1. Untuk melakukan analisis *Break Even*, perusahaan harus melakukan penggolongan biaya sesuai dengan perilakunya, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.
2. Untuk mengetahui dampak perubahan berbagai variabel titik *Break Even* tahun yang akan datang seperti: total biaya tetap, biaya variabel per kilogram dan harga jual per kilogram, maka perusahaan dapat mempedomani tingkat laju inflasi tahun yang lalu.
3. Karena *Contribution Margin Ratio* Kantong Klip Polos dan Kantong Klip Print sama, yaitu 22,08 %, maka perusahaan harus berusaha meningkatkan penjualan kedua produk.