

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Data biaya yang dibutuhkan untuk penerapan analisis *cost volume profit* cukup memadai, namun PT “X” belum melakukan penggolongan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel, sedangkan penggolongan biaya tersebut hanya digolongkan berdasarkan fungsi menjadi biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya umum dan administrasi.
2. PT “X” belum menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam perencanaan laba perusahaan. Perusahaan hanya memperkirakan laba dengan berdasarkan laba tahun sebelumnya, kondisi pasar, dan persaingan dengan pabrik *tekstil* lainnya.
3. Analisis *cost-volume-profit* dapat digunakan oleh perusahaan dalam rangka pencapaian laba yang direncanakan. Perusahaan menetapkan target laba yang ingin dicapai untuk tahun berikutnya dan menetapkan volume penjualan yang harus dicapai agar target laba tersebut tercapai. Berdasarkan analisis *cost-volume-profit* dan perhitungan analisis *break even*, maka perusahaan dapat menentukan komposisi yang paling menguntungkan antara besarnya biaya yang dikeluarkan, harga jual produk, dan besarnya volume penjualan.

4. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan metode analisis *cost-volume-profit*, diketahui pengaruh perubahan harga jual, volume penjualan, dan biaya, maupun perubahan kombinasi diantaranya terhadap *break even point* dan volume penjualan yang harus terpenuhi untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan melalui beberapa alternatif yang dapat digunakan perusahaan. Hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:
- a. Alternatif pertama, perusahaan menaikkan harga jual untuk produk yang belum mencapai target penjualan sebesar 10 %. Hal ini berpengaruh terhadap menurunnya volume penjualan sebesar 5 %. Perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 4.962.000.000,00 sehingga laba perusahaan meningkat sebesar 31,47 % menjadi Rp 676.749.397,00. *Break even point* menurun sebesar 96.620 unit atau Rp 202.904.114,00. Volume penjualan untuk mencapai tingkat laba yang direncanakan sebesar 20 % dari penjualan mengalami penurunan menjadi 788.442 unit.
 - b. Alternatif kedua, perusahaan menaikkan volume penjualan sebesar 10 % untuk setiap produk sehingga perusahaan memperoleh pendapatan sebesar Rp 5.280.000.000,00 dan peningkatan laba sebesar Rp 480.000.000,00 atau 93,25 % dari kondisi semula. Besarnya *break even point* dalam satuan unit tetap tetapi dalam nilai uang menurun sebesar Rp 518.450.744,00. Besarnya volume penjualan yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan mengalami peningkatan menjadi 1.006.114 unit.
 - c. Alternatif ketiga, perusahaan menaikkan biaya variabel yaitu biaya bahan baku sebesar 10 % per unit produk. Hal ini akan menyebabkan volume

penjualan meningkat sebesar 15 % sehingga laba mengalami peningkatan sebesar Rp 324.699.086,00 atau 63,08 % dari kondisi semula. *Break even point* perusahaan menurun sebesar Rp 650.681.782,00 dan volume penjualan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan meningkat menjadi 924.569 unit.

- d. Alternatif keempat, perusahaan menaikkan total biaya tetap sebesar 10 % sehingga meningkatkan harga jual per unit sebesar 7 %. Perubahan ini memberikan pendapatan sebesar Rp 5.136.000.000,00 dan laba sebesar Rp 745.102.637,00 yaitu meningkat sebesar 44,75 % dari kondisi awal. *Break even point* menurun sebesar 30.048 unit dan volume penjualan yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tingkat laba yang diinginkan menurun menjadi 809.869 unit.
- e. Alternatif kelima, perusahaan menaikkan biaya variabel sebesar 10 % per unit yang berpengaruh pada meningkatnya harga jual sebesar 5 %. Melalui perubahan ini, perusahaan memperoleh pendapatan Rp 5.040.000.000,00 dan laba Rp 369.952.004,00. *Break even point* menurun sebesar 31.728 unit dan volume penjualan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan meningkat menjadi 1.045.251 unit.
- f. Alternatif keenam, perusahaan menurunkan harga jual produk sebesar 5 % yang berdampak pada meningkatnya volume penjualan sebesar 10 %. Melalui perubahan ini, perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 5.003.000.000,00 dan kenaikan laba sebesar Rp 203.000.000,00 atau 39,44 % dari kondisi semula. *Break even point* perusahaan menurun

sebesar Rp 248.109.974,00 tetapi meningkat sebesar 95.354 unit. Besarnya volume penjualan yang dibutuhkan perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan mengalami peningkatan menjadi 1.165.393 unit.

- g. Alternatif ketujuh, perusahaan meningkatkan biaya variabel sebesar 10 % sehingga menaikkan harga jual sebesar 10 % yang berpengaruh pada menurunnya volume penjualan sebesar 15 %. Dampak dari perubahan ini adalah laba sebesar Rp 162.410.333,00 dan *break even point* menurun sebesar 45.776 unit. Volume penjualan yang diperlukan perusahaan untuk mencapai laba yang direncanakan menurun menjadi 846.004 unit.
5. Analisis *cost-volume-profit* membantu manajemen dalam menentukan volume penjualan yang menguntungkan untuk mencapai target laba sehingga perusahaan dapat mencapai target labanya tahun berikutnya.
6. Analisis *cost-volume-profit* dapat diterapkan di PT “X” karena perusahaan tersebut telah memenuhi asumsi-asumsi dalam analisis *cost-volume-profit*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis ingin memberikan beberapa saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan:

1. Perusahaan perlu melakukan penggolongan biaya ke dalam biaya tetap, biaya variabel agar perusahaan dapat melakukan analisis *cost-volume-profit*. Bila terdapat biaya semivariabel maka biaya semivariabel tersebut perlu dilakukan pemisahan menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan

metode analisis regresi karena metode ini memberikan hasil yang lebih akurat dan lebih objektif dibandingkan metode yang lainnya.

2. Perusahaan sebaiknya menggunakan analisis *cost-volume-profit* dalam melakukan perencanaan laba sehingga perusahaan dapat mengetahui besarnya volume penjualan dan nilai penjualan untuk mencapai *break even point* dan target penjualan untuk mencapai laba yang direncanakan.
3. Dalam analisis *cost-volume-profit*, perusahaan perlu mempertimbangkan perubahan faktor-faktor seperti harga jual, biaya tetap, biaya variabel, dan volume penjualan yang dapat mempengaruhi tingkat laba yang direncanakan. Perusahaan dapat menentukan alternatif yang terbaik dengan melihat unsur mana yang harus diubah agar dapat memberikan kontribusi yang paling menguntungkan dalam pencapaian laba yang direncanakan.
4. Untuk dapat mencapai target penjualan pada tingkat laba yang direncanakan, penulis menyarankan pihak manajemen perusahaan sebaiknya melakukan upaya untuk mengencarkan pemasaran produk sehingga diharapkan volume penjualan dapat meningkat dan mencapai tingkat laba yang direncanakan.
5. Untuk dapat menerapkan analisis *cost-volume-profit* dalam suatu perusahaan sebelumnya perlu dilihat apakah perusahaan tersebut telah memenuhi asumsi-asumsi dalam analisis *cost-volume-profit*.