

## 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. PT “X” telah melakukan penggolongan biaya-biaya yang terjadi berdasarkan perilaku biaya menjadi biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel.
2. Dalam perencanaan labanya, perusahaan belum melakukan analisis *cost-volume-profit*, namun dalam melakukan perhitungan dan analisisnya perusahaan telah melakukan analisis *break even* dalam satuan uang (rupiah). Perusahaan hanya memperkirakan laba dengan laba tahun sebelumnya, kondisi pasar, serta persaingan harga dengan distributor lem lainnya.
3. Dari hasil pembahasan yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa analisis *cost-volume-profit* sangat bermanfaat sebagai alat bantu bagi manajemen dalam merencanakan laba perusahaan. 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 *water base adhesive* sebesar 10 %. Hal ini berpengaruh terhadap menurunnya volume penjualan sebesar 5 %. Perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 12.979.630.700,- sehingga laba perusahaan meningkat sebesar 15,09 % menjadi Rp 876.164.352,-. *Break even point* menurun sebesar 60.739 unit atau Rp 320.220.173,-.
- b. Alternatif kedua, perusahaan menaikkan volume penjualan sebesar 10 % untuk setiap produk sehingga perusahaan memperoleh pendapatan sebesar Rp 14.165.340.000,- dan peningkatan laba sebesar Rp 2.061.873.652,- dari kondisi semula. Besarnya *break even point* dalam satuan unit tetap tetapi dalam nilai uang menurun sebesar Rp 2.307.360.112,-.
- c. Alternatif ketiga, perusahaan menurunkan biaya variabel sebesar 5 % per unit produk. Hal ini akan menyebabkan peningkatan laba sebesar Rp 591.874.594,- atau 77,74 % dari kondisi semula. *Break even point* perusahaan menurun sebesar Rp 186.817.251,-.
- d. Alternatif keempat, perusahaan menaikkan biaya variabel sebesar 8 % per unit yang berpengaruh pada meningkatnya harga jual sebesar 10 %. Melalui perubahan ini, perusahaan memperoleh pendapatan Rp 14.165.026.150,- dan laba Rp 1.135.216.452,-. *Break even point* menurun sebesar 51.290 unit.

- e. Alternatif kelima, perusahaan menaikkan total biaya tetap sebesar 10 % sehingga meningkatkan harga jual per unit sebesar 5 %. Perubahan ini menyebabkan laba meningkat sebesar Rp 609.466.412,- dari kondisi awal. *Break even point* menurun sebesar 73.839 unit atau menjadi Rp 4.003.587.504,-.
- f. Alternatif keenam, perusahaan menaikkan harga jual produk sebesar 10 % yang berdampak pada menurunnya volume penjualan sebesar 5 %. Melalui perubahan ini, perusahaan akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 13.457.230.380,- dan kenaikan laba sebesar Rp 592.463.180,- dari kondisi semula. *Break even point* perusahaan menurun sebesar Rp 1.174.991.282,-.
- g. Alternatif ketujuh, perusahaan meningkatkan biaya variabel sebesar 5% sehingga menaikkan harga jual sebesar 10 % yang berpengaruh pada menurunnya volume penjualan sebesar 5 %. Dampak dari perubahan ini adalah penurunan break even point sebesar Rp 256.117.248,- dan peningkatan laba sebesar Rp 11.789.376,-.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis mencoba memberikan saran-saran sebagai bahan untuk pertimbangan perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan sebaiknya menggunakan analisis *cost-volume-profit* dalam melakukan perencanaan labanya agar perusahaan

mengetahui seberapa besar volume dan tingkat penjualan yang harus dicapai agar laba yang direncanakan dapat tercapai.

2. Perusahaan sebaiknya melakukan perhitungan *Margin Of Safety* untuk mengetahui seberapa besar tingkat penjualan boleh turun dari tingkat penjualan yang direncanakan untuk menghindari kerugian.
3. Untuk memperoleh laba yang optimum, perusahaan sebaiknya menjalankan alternatif ke 2 yaitu perusahaan menaikkan harga jual sebesar 10 % karena dapat menghasilkan laba yang maksimal.
4. Penulis menyarankan pihak manajemen perusahaan sebaiknya melakukan upaya untuk menggencarkan pemasaran produk sehingga diharapkan volume penjualan dapat meningkat dan mencapai tingkat laba yang direncanakan.