

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada PT."X" di Bandung, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis *Cost-Volume-Profit* belum diterapkan di dalam perusahaan. Hal ini didukung oleh beberapa alasan berikut:
 - a. PT."X" belum melakukan pengklasifikasian biaya, yaitu biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan tepat, sehingga perusahaan belum dapat melakukan analisis *Cost-Volume-Profit*.
 - b. PT."X" belum melakukan perhitungan *Break Even Point* sehingga perusahaan tidak dapat mengetahui pada volum penjualan berapa perusahaan mengalami kondisi tidak untung dan tidak rugi.
 - c. PT."X" belum melakukan perhitungan *Margin of Safety* sehingga perusahaan tidak dapat mengetahui seberapa besar realisasi penjualan boleh turun dari tingkat penjualan yang ditargetkan sebelum terjadi kerugian.
 - d. PT."X" belum melakukan perhitungan Analisis Target Laba sehingga perusahaan tidak dapat mengetahui berapa banyak volum penjualan yang harus dihasilkan untuk mencapai laba yang ditargetkan.

2. Dari hasil pembahasan yang telah penulis lakukan pada Bab IV menunjukkan bahwa analisis *Cost-Volume-Profit* sangat bermanfaat sebagai alat bantu manajemen PT."X" untuk menentukan laba optimum yang dapat dicapai perusahaan di Tahun 2011. Hal ini dibuktikan bahwa pada Tahun 2011 berdasarkan analisis *Cost-Volume-Profit*, untuk mencapai laba optimum sebesar Rp 987.167.466,-, maka volum penjualan yang harus dicapai pada Tahun 2011 sebesar 590.737 unit atau total penjualan sebesar Rp 14.501.125.110, volum penjualan ini terdiri dari produk KO sebesar 342.627 unit, MT sebesar 135.870 unit, DA sebesar 64.981 unit, CK sebesar 44.575 unit. Sedangkan jika perusahaan masih menggunakan perhitungan tradisional, maka perusahaan harus memperoleh total penjualan sebesar Rp 15.046.658.000 atau sebesar 608.850 unit. Hal ini diakibatkan oleh perhitungan biaya yang lebih akurat dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* yang telah membagi biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel.
3. Dengan menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit*, perusahaan dapat memilih alternatif kebijakan mana yang menghasilkan laba optimum yang direncanakan.
 - a. Pada alternatif 1, perusahaan melakukan peningkatan biaya tetap sebesar 10% (dengan asumsi faktor lain tidak berubah). Peningkatan biaya tetap ini menyebabkan volum penjualan yang harus dicapai ialah sebesar 652.213 unit. Dengan membandingkan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2011 sebesar 590.737 unit atau total penjualan sebesar Rp 14.501.125.110 dengan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2012 sebesar 652.213 unit atau total penjualan sebesar Rp 16.010.185.750, maka volum penjualan yang harus

dicapai pada Tahun 2012 dengan menggunakan alternatif ini harus meningkat sebesar sebesar 61.476 unit atau Rp 1.509.060.640.

- b. Pada alternatif 2, perusahaan melakukan peningkatan biaya variabel sebesar 5% (dengan asumsi faktor lain tidak berubah). Peningkatan biaya variabel ini menyebabkan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2011 sebesar 590.737 unit atau total penjualan sebesar Rp 14.501.125.110 dengan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2012 sebesar 725.122 unit atau total penjualan sebesar Rp 17.799.919.800, maka volum penjualan yang harus dicapai pada Tahun 2012 dengan menggunakan alternatif ini meningkat sebesar sebesar 134.385 unit atau Rp 3.298.794.690.
- c. Pada alternatif 3, perusahaan melakukan penurunan harga jual produk KO dan MT sebesar 2% sedangkan produk DA dan CK sebesar 3%. Penurunan harga jual ini menyebabkan volum penjualan yang harus dicapai ialah sebesar 673.992 unit. Dengan membandingkan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2011 sebesar 590.737 unit atau total penjualan sebesar Rp 14.501.125.110 dengan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2012 sebesar 673.992 unit atau total penjualan sebesar Rp 16.168.365.161, maka volum penjualan yang harus dicapai pada Tahun 2012 dengan menggunakan alternatif ini meningkat sebesar sebesar 83.255 unit atau Rp 1.667.240.050.
- d. Pada alternatif 4, perusahaan melakukan peningkatan biaya tetap sebesar 10% dan meningkatkan harga jual sebesar 5% untuk masing-masing produk. Peningkatan biaya tetap dan harga jual ini menyebabkan volum penjualan yang

harus dicapai ialah sebesar 539.532 unit. Dengan membandingkan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2011 sebesar 590.737 unit atau total penjualan sebesar Rp 14.501.125.110 dengan volum penjualan yang direncanakan pada Tahun 2012 sebesar 539.532 unit atau total penjualan sebesar Rp 13.906.396.140, volum penjualan yang harus dicapai pada Tahun 2012 dengan menggunakan alternatif ini menurun sebesar 51.205 unit atau Rp 1.829.292.040.

5.2. SARAN

Berdasarkan analisis *Cost-Volume-Profit* yang penulis lakukan dalam pembahasan, penulis menyarankan bahwa:

- a. Untuk menggunakan analisis *Cost-Volume-Profit* dengan baik, perusahaan harus memisahkan biaya yaitu memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel secara tepat karena merupakan asumsi yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis *Cost-Volume-Profit*. Pemisahan biaya semivariabel menjadi elemen biaya tetap dan biaya variabel sebaiknya perusahaan menggunakan metode analisis *Least Square Regression* karena metode ini lebih objektif, tepat, teliti, dan matematis dibandingkan dengan metode yang lain.
- b. PT."X" sebaiknya melakukan perhitungan *Break Even Point* sehingga perusahaan mengetahui pada volum penjualan berapa perusahaan mengalami kondisi tidak untung dan tidak rugi.

- c. PT."X" sebaiknya melakukan perhitungan *Margin of Safety* untuk mengetahui seberapa besar realisasi penjualan boleh turun dan tingkat penjualan yang ditargetkan sebelum terjadi kerugian.
- d. PT."X" sebaiknya melakukan perhitungan Analisis Target Laba untuk mengetahui berapa banyak volum penjualan yang harus dihasilkan untuk mencapai laba yang ditargetkan.
- e. PT."X" sebaiknya menjalankan alternatif 1 yaitu meningkatkan biaya tetap sebesar 10%, tanpa adanya peningkatan harga jual, namun memperbesar volum penjualan yang harus dicapai. Alternatif ini menyebabkan volum penjualan meningkat sebesar 61.476 unit dibandingkan alternatif 2 yang meningkat sebesar 134.385 unit, sehingga volum penjualan sebesar 61.476 unit ini lebih mudah dicapai oleh perusahaan.