

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada PR. Kreatifa hasta mandiri, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menentukan target keuntungan atau *profit margin* bagi perusahaan salah satu perencanaan yang dilakukan manajemen perusahaan. Perusahaan menetapkan *profit margin* atau target keuntungan sebesar 25% tahun 2009. Dengan target keuntungan ini telah dihitung penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp. 57.648.940.000,00. Perusahaan menetapkan *profit margin* atau target keuntungan sebesar 20% tahun 2010. Dengan target keuntungan ini telah dihitung penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.24.286.658.874,00. Perusahaan menetapkan *profit margin* atau target keuntungan sebesar 35% tahun 2011. Dengan target keuntungan ini telah dihitung penjualan minimal yang harus dicapai sebesar Rp.15.961.752.000,00.
2. Tahun 2009 untuk memperoleh keuntungan 25% dari penjualan, perusahaan harus dapat menjual produk sebesar Rp.37.200.879.375,00. Penjualan minimal setelah adanya profit margin 25% untuk produk rokok Rush sebesar Rp. 21.654.271.182,00, sedangkan untuk produk rokok Exo sebesar Rp.15.546.608.193,00  
  
Tahun 2010 untuk memperoleh keuntungan 20% dari penjualan, perusahaan harus dapat menjual produk sebesar Rp. 57.648.940.000,00.

Penjualan minimal setelah adanya *profit margin* 20% untuk produk rokok Rush sebesar Rp.33.362.281.126,00, sedangkan untuk produk rokok Exo sebesar Rp.24.286.658.874,00

Tahun 2011 untuk memperoleh keuntungan 35% dari penjualan, perusahaan harus dapat menjual produk sebesar Rp.15.961.752.000,00.

Penjualan minimal setelah adanya *profit margin* 35% untuk produk rokok Rush sebesar Rp.9.208.711.338,00, sedangkan untuk produk rokok Exo sebesar Rp.6.753.040.662,00

3. *Margin of Safety* menunjukkan jarak antara penjualan yang direncanakan dengan penjualan pada *break even*. Dengan demikian *margin of safety* juga menggambarkan batas jarak, dimana kalau berkurangnya penjualan melampaui batas jarak tersebut perusahaan akan menderita kerugian. PR.Kreatifa Hasta Mandiri tahun 2009, 2010, 2011 menunjukkan penjualan rokok Rush lebih rawan mengalami kerugian. Semakin kecil *margin of safety* berarti semakin cepat perusahaan menderita kerugian, dalam hal ini terdapat penurunan jumlah penjualan yang nyata.
4. Elemen yang menentukan break even point yaitu: harga jual, biaya tetap, serta perubahan komposisi penjualan. Apabila salah satu faktor berubah (tanpa mempengaruhi faktor lain) maka akan mempengaruhi jumlah *break even point*.
  - a. Apabila komposisi penjualan produk berubah dari semula (secara individu) maka komposisi *contribution margin* akan berubah. Hal ini akan menyebabkan *break even point* berubah total, karena hasil

penjualan dari komposisi yang baru berbeda dengan komposisi semula.

- b. Apabila anggaran biaya tetap naik dan anggaran lain tidak berubah maka *break even point* naik dan laba turun.
- c. PR. Kreatifa Hasta Mandiri menaikkan harga jual yang menyebabkan *break even point* turun dan laba naik. Sedangkan penurunan harga jual menyebabkan *break even point* naik, laba turun dan dapat mengakibatkan kerugian.

## **B. Saran**

1. Untuk merencanakan laba dengan analisis *break even*, perusahaan hendaknya memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel.
2. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk cukup tinggi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengadakan perluasan produksi atau meningkatkan volume produksi sesuai dengan kapasitas perusahaan. Sehingga biaya tetap dapat dimanfaatkan sebaik baiknya dan akan berpengaruh positif terhadap kenaikan laba.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (1996). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*, Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Abdul Halim dan Bambang Supomo. (2005). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Bambang Riyanto. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Carter, William. K dan Milton F. Usry. (2006). *Akuntansi Biaya*. Edisi Ketigabelas. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Eri Oktavianti W. (2007). Analisis *Cost, Volume, Profit* sebagai Alat Perencanaan Laba pada Perusahaan Tempe Murni Pedro di Yogyakarta. *Skripsi*. UNY: Yogyakarta
- Garrison, Ray. H dan Eric W. Noreen. (2006). *Akuntansi Manajerial*. Edisi Kesebelas. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Handoyo Wibisono. (1997). *Manajemen Modal Kerja*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hansen, Don. R dan Maryanne M. Mowen. (2006). *Akuntansi Biaya*. Edisi Ketujuh. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Henry Simamora. (1999). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Kessi Purwandari. (2004). Analisis Biaya-Volume-Laba sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Perencanaan Laba pada UD. Sri Rejeki. *Skripsi*. UNY: Yogyakarta.
- Matz, Adolph dkk. (1992). *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi Kesembilan Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2007). *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Rayburn, L. Gayle. (1999). *Akuntansi Biaya: dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Biaya*. Edisi Keenam Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Shim, Jae K. (2001). *Budgeting Pedoman Lengkap Langkah-langkah Penganggaran*. Jakarta: Erlangga.

- T Hani Handoko. (1995). *Manajemen*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE
- Tati Uswatun K. (2007). Analisis *Break Even* Untuk Merencanakan Laba pada PT. Tambi Wonosobo. *Skripsi*. UNY: Yogyakarta