

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *Break Even Point* tahun 2011 dicapai *home industry* UD Wahyu Abadi Tulungagung pada penjualan untuk produk rambak kerbau sebesar Rp 154.452.304 atau 6.154 unit dan untuk rambak sapi sebesar Rp 102.968.203 atau 5.180 unit. Sehingga total bauran penjualan yang mencapai BEP sebesar Rp 257.420.507 atau 11.334 unit. Penjualan yang sebenarnya pada tahun 2011 adalah Rp 528.585.000. Hal ini menunjukkan bahwa manager telah melakukan penjualan di atas titik impas serta memperoleh keuntungan.

Perencanaan laba yang didasarkan pada prakiraan unit yang dijual dan prakiraan biaya yang dikeluarkan akan lebih dapat menggambarkan kemampuan produksi UD Wahyu Abadi Tulungagung. Berdasarkan hal tersebut maka pemilihan strategi *diferensiasi* kemasan yang didukung dengan peningkatan produktifitas penjualan akan berpengaruh terhadap perubahan volume penjualan.

2. UD Wahyu Abadi Tulungagung telah menetapkan besarnya prosentase perencanaan laba untuk tahun 2012 sebesar 30% dan 40% untuk tahun 2013 dari total penjualannya. Perbedaan penetapan prosentase ini

disebabkan karena penjualan semakin meningkat untuk setiap tahunnya dan tingginya permintaan rambak oleh konsumen. Sehingga target laba yang direncanakan untuk tahun 2012 sebesar Rp 228.749.300 dan tahun 2013 sebesar Rp 246.345.400.

Untuk mengembangkan penjualannya, perusahaan menerapkan strategi *diferensiasi* kemasan yang terdiri dari dua kemasan yaitu kemasan plastik dengan berat 250 gram untuk rambak siap konsumsi dan kemasan pak dengan berat 245 gram untuk rambak mentah.

3. Total penjualan yang harus dicapai untuk tahun 2012 adalah sebesar Rp 623.585.999 dengan *Margin of Safety* sebesar 51,57%. Sedangkan untuk tahun 2013 sebesar Rp 662.900.848 dengan *Margin of Safety* 53,42%. Maksudnya adalah UD Wahyu Abadi Tulungagung mempunyai tingkat batas aman untuk menurunkan penjualan sebesar 51,57% untuk tahun 2012 dan 53,42% untuk tahun 2013 dari yang telah dianggarkan perusahaan. Hasil perhitungan ini berbeda dengan hasil perhitungan metode peramalan *time series least square* berdasarkan *trend* penjualan. Total rencana penjualan untuk tahun kelima (2012) sebesar Rp 559.780.000 sedangkan untuk tahun keenam (2013) sebesar Rp 608.146.700. Perbedaan hasil dari perhitungan peramalan dengan perhitungan perencanaan penjualan ini dikarenakan ramalan bukan merupakan rencana melainkan suatu penaksiran terukur dari keadaan di masa yang akan datang tentang pendapatan penjualan berdasarkan satu atau lebih asumsi yang jelas. Ramalan penjualan dapat dirubah menjadi

rencana penjualan saat manajemen dapat mempertahankan pertimbangan manajemen serta strategi yang direncanakan dengan cara menaikkan proporsi penjualan produk yang menghasilkan rasio laba kontribusi tinggi.

Pemilihan strategi *diversifikasi* penjualan akan membawa dampak meningkatnya penerimaan penjualan dan penurunan biaya yang menyebabkan meningkatnya angka laba kontribusi untuk dapat menutup biaya tetapnya dan menghasilkan laba yang lebih besar. Strategi *diversifikasi* penjualan yang dilakukan perusahaan yakni dengan cara variasi produk yang dijual di kios tidak hanya menjual kerupuk rambak saja tetapi menjual makanan *khas* daerah lain seperti sale pisang, alen-alen, kacang shanghai atau lainnya.

## 5.2 Saran

Dari penelitian ini, saran yang bisa diberikan untuk *home industry* UD Wahyu Abadi Tulungagung serta bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Manager UD Wahyu Abadi dapat menerapkan analisis *Break Even Point* sebagai alat untuk mengetahui hubungan antara biaya, volume dan laba pada perusahaan yang dapat digunakan untuk merencanakan laba serta penjualan di masa yang akan datang. Analisis dapat dihitung dengan metode peramalan *time series least square* serta menggunakan dasar hitungan target laba perusahaan dan peningkatan biaya tetap dengan asumsi adanya perubahan tingkat inflasi yang tujuannya dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam kegiatan penjualan.

2. Pihak manager UD Wahyu Abadi hendaknya melakukan pengklasifikasian biaya ke dalam komponen biaya tetap dan biaya variabel secara tepat. Dengan pengklasifikasian biaya tersebut manager dapat menyusun laporan laba rugi dengan metode *variable costing* sehingga dapat ditentukan margin kontribusi yang dibutuhkan dalam analisis *Break Even Point (BEP)*. Selain itu, dengan metode *variable costing* manager juga dapat menentukan harga pokok produksi yang dapat digunakan untuk mengontrol persediaan barang maupun menentukan harga pokok penjualan.
3. Untuk meningkatkan penjualan UD Wahyu Abadi dapat mengembangkan pangsa pasarnya dimana perusahaan menjual produknya saat ini ke wilayah yang baru atau membuka cabang di luar kota Tulungagung yang mana kota tersebut masih jarang ditemukan kios yang menjual kerupuk rambak sebagai makanan *khas* Tulungagung.
4. Untuk meningkatkan penjualannya UD Wahyu Abadi juga dapat mengembangkan produknya dengan inovasi memperkaya cita rasa dari rambak tersebut. Selama ini rambak hanya diproduksi dengan rasa original, perusahaan dapat memperkaya cita rasa rambak seperti rambak rasa balado dan rambak rasa pedas. Untuk rasa pedas dengan bentuk tingkatan level diharapkan menjadi *trend* yang digemari konsumen khususnya di kota Tulungagung seperti di kota lain, misalnya kota Malang.

5. UD Wahyu Abadi dapat menjual limbah kulit yang tidak digunakan dalam memproduksi kerupuk rambak ke pabrik kulit yang memproduksi barang – barang dari kulit. Sehingga UD Wahyu Abadi dapat memperoleh pendapatan dari penjualan limbah tersebut selain dari penjualan rambak.
6. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji ulang mengenai analisis *Break Even Point*, sebaiknya mengkaitkan metode *Break Even Point* dengan efisiensi produksi. Karena peneliti yang sekarang hanya mengkaitkan metode *Break Even Point* dengan perencanaan laba dan penjualan namun sebenarnya metode tersebut juga bisa digunakan untuk menentukan tingkat efisiensi dari setiap produksi yang sudah dilakukan oleh suatu perusahaan.