

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa analisis biaya volume dan laba sangat berpengaruh untuk perencanaan laba. Analisis biaya volume dan laba membantu pemilik UMKM konveksi d.Sartika untuk memahami hubungan harga jual, volume penjualan dan produksi, biaya, beban, dan laba sebagai proses pembuatan keputusan. Hasil perhitungan margin kontribusi pada UMKM konveksi d.Sartika rata-rata sebesar Rp. 5.945.270 dan rasio margin kontribusi sebesar 0,20% hasil perhitungan tersebut menunjukkan presentase pendapatan yang diperoleh pada UMKM konveksi d.Sartika untuk menutupi biaya tetap. Margin kontribusi yang rendah akan mengakibatkan titik impas yang tinggi sedangkan margin kontribusi yang tinggi akan mengakibatkan titik impas yang rendah. Tinggi rendahnya suatu titik impas yang dicapai akan berpengaruh pada laba yang didapatkan perusahaan. Titik impas rata-rata pada UMKM konveksi d.Sartika sebesar 423 unit dan Rp. 10.425.120 yang berarti jika perusahaan memproduksi kurang dari hasil titik impas tersebut maka perusahaan akan mengalami kerugian. *Margin off safety* pada UMKM konveksi d.Sartika rata-rata sebesar Rp. 24.272.518 yang artinya jika volume penjualan pada UMKM konveksi d.Sartika kurang dari Rp. 24.272.518 maka perusahaan akan menderita kerugian. Perencanaan laba yang di inginkan dari UMMK konveksi d.Sartika untuk tahun berikutnya sebesar 30% dari laba tahun 2020.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti terdapat saran-saran yang dapat memberikan masukan terhadap perusahaan dan penelitian selanjutnya. Adapun saran – saran yang dapat disampaikan antara lain:

1. Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya volume dan laba untuk perencanaan laba sehingga memudahkan perusahaan untuk memperkirakan laba yang ingin dicapai.

2. Sebaiknya perusahaan menambah jumlah produk agar ketika volume penjualan salah satu produk mengalami penurunan dapat ditutup dengan volume penjualan produk yang mengalami peningkatan.
3. Bagi perusahaan disarankan untuk lebih meningkatkan kreatifitas dari model produknya sehingga konsumen tertarik untuk membeli agar volume penjualan meningkat dan laba bisa melebihi dari perencanaan yang ditentukan perusahaan.
4. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama diharapkan untuk meneliti perusahaan yang lebih besar sehingga persoalan menjadi lebih kompleks.

