

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis menarik beberapa kesimpulan bahwa:

1. Fadel Art Advertising mengalami penurunan laba tiap tahunnya mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2019, namun tidak secara signifikan. Laba yang diperoleh Fadel Art Advertising pada tahun 2017 yaitu Rp 46.938.232,9. Laba tahun 2018 yaitu sebesar Rp 46.757.610 dan pada tahun 2019 sebesar Rp 46.056.725,99.
 2. Fadel Art Advertising telah menetapkan besarnya perencanaan laba untuk tahun 2017 dan 2018 sebesar 15% dari total penjualannya; dan untuk tahun 2019, Fadel Art Advertising merencanakan laba sebesar 15% dari total penjualan.
- Dari hasil perhitungan, diketahui jumlah laba yang terealisasi lebih besar dibandingkan dengan jumlah laba yang direncanakan.
3. *Break Even Point* (titik impas) Fadel Art Advertising pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 94.430.727,11; pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 92.244.377,64; pada tahun 2019 adalah sebesar Rp 98.398.672,77.
 4. Fadel Art Advertising memiliki *Margin of Safety* sebesar 38,10% pada tahun 2017, 38,02% pada tahun 2018, dan 37,12% untuk tahun 2019. Ini berarti bahwa, Fadel Art Advertising mempunyai batas aman untuk menurunkan penjualan sebesar 46,22% untuk tahun 2017;

46,15% untuk tahun 2018 dan 45,19% untuk tahun 2019 dari yang telah dianggarkan Fadel Art Advertising.

Semakin tinggi *Margin of Safety* suatu perusahaan dikatakan semakin baik karena rentang penurunan penjualan yang dapat ditolerir adalah lebih besar sehingga kemungkinan menderita kerugian rendah. Namun sebaliknya jika *Margin of Safety* rendah, kemungkinan perusahaan untuk menderita kerugian besar.

5. Besarnya penjualan minimal yang diperbolehkan (*Margin of Safety*) Fadel Art Advertising pada tahun 2017 adalah Rp 58.129.272,89; pada tahun 2018 adalah Rp 56.580.623 dan pada tahun 2019 adalah sebesar Rp 58.096.327,23.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Fadel Art Advertising diharapkan menggunakan hasil identifikasi biaya yang telah diperoleh dalam penelitian ini dalam rangka perencanaan laba pada masa yang akan datang.
2. Fadel Art Advertising harus melakukan penjualan diatas titik impas (*Break Even Point/BEP*) tanpa mengabaikan kapasitas perusahaan, untuk memperoleh laba.
3. Fadel Art Advertising perlu mempertahankan tingkat batas keamanan (*Margin of Safety*) yang telah diperoleh tahun sebelumnya untuk menghindari kemungkinan perusahaan mengalami kerugian.