

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk mencapai titik impas, Lima Suara harus menjual produk dalam kelompok kopi sebagai berikut:
 - Dalam Unit:
3172 cup (Per Tahun) atau 265 cup (Per Bulan)
 - Dalam Rupiah:
Rp 72.685.590 (Per Tahun) atau Rp 6.057.133 (Per Bulan)
2. Untuk mencapai titik impas, Lima Suara harus menjual produk dalam kelompok non kopi sebagai berikut:
 - Dalam Unit :
1872 cup (Per Tahun) atau 156 cup (Per Bulan)
 - Dalam Rupiah:
Rp 37.244.683 (Per Tahun) atau Rp 3.103.724 (Per Bulan)

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan titik impas yang sudah dihitung di bab IV, penjualan Lima Suara pada bulan April hingga Juni berada dibawah titik impas bila dibandingkan dengan penjualan bulan Januari hingga Mei yang dapat dilihat di tabel 5.1, hal ini menunjukkan bahwa Lima Suara mengalami kerugian dan dapat berakibat buruk bagi masa depan perusahaan.

Tabel 5.1.
Data Pendapatan dan Volume Penjualan Bulanan Lima Suara

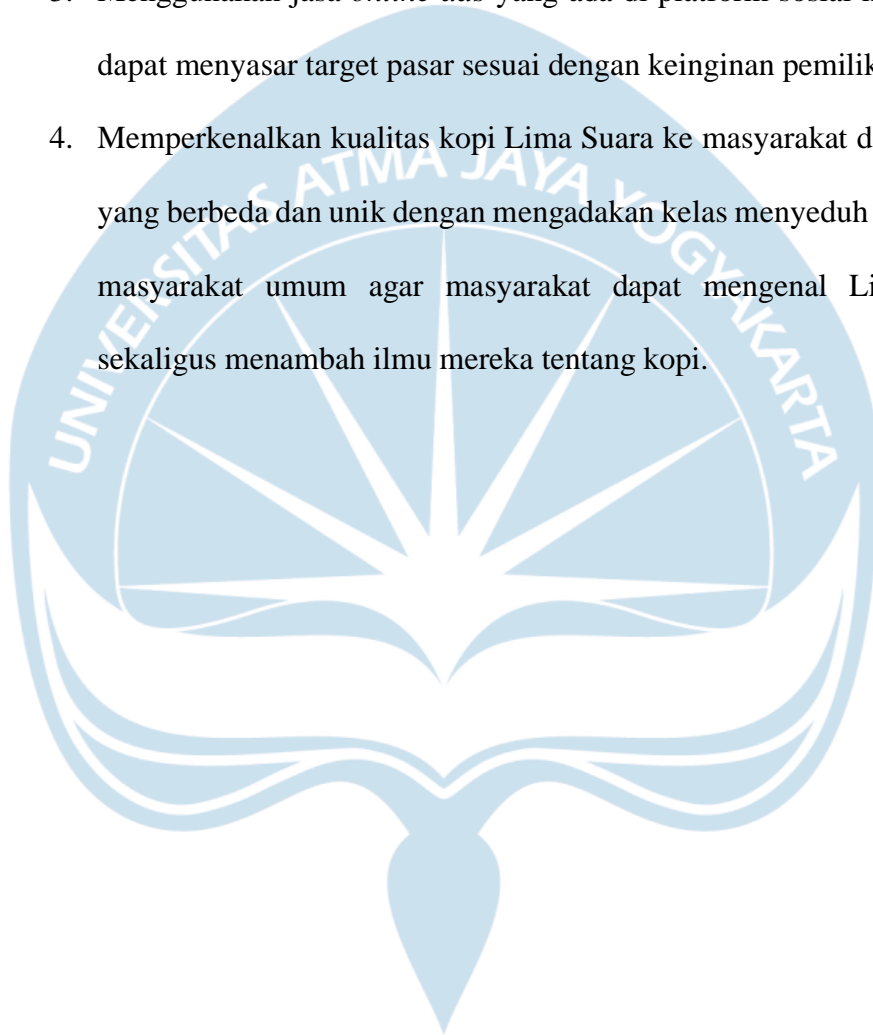
Bulan	Volume Penjualan		Pendapatan	
	Kopi	Non Kopi	Kopi	Non Kopi
Januari	399	208	Rp 9.125.421	Rp 4.157.579
Februari	355	181	Rp 8.130.308	Rp 3.618.692
Maret	433	298	Rp 9.904.128	Rp 5.967.872
April	211	130	Rp 4.830.800	Rp 2.601.200
Mei	161	104	Rp 3.687.680	Rp 2.074.320
Juni	159	94	Rp 3.645.180	Rp 1.877.820

Sumber: Data Olahan

Lima Suara masih berpotensi untuk mengalami kerugian bila melihat volume penjualan dan pendapatan yang menurun drastis di 3 bulan terakhir, oleh karena itu pihak manajemen dapat melakukan peningkatan volume penjualan dan pendapatan agar tidak mengalami kerugian untuk kedepannya dengan cara sebagai berikut:

1. Menjual produk melalui aplikasi layanan antar makanan *online* seperti Gojek, Grab, Shopee Food, dll.

2. Mengadakan promo agar menarik minat konsumen untuk datang ke Lima Suara, salah satu contohnya dengan membuat promo ngopi pagi dengan harga diskon sampai dengan jam tertentu.
3. Menggunakan jasa *online ads* yang ada di platform sosial media yang dapat menyasar target pasar sesuai dengan keinginan pemilik.
4. Memperkenalkan kualitas kopi Lima Suara ke masyarakat dengan cara yang berbeda dan unik dengan mengadakan kelas menyeduh kopi untuk masyarakat umum agar masyarakat dapat mengenal Lima Suara sekaligus menambah ilmu mereka tentang kopi.



DAFTAR PUSTAKA

- Adolph Matz, F. U. (1992). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Erlangga.
- Bustami, B., & Nurlela. (2009). *Akuntansi Biaya, Edisi I*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter, Usry, & Mitton. (2009). *Akuntansi Biaya II, Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, & Mowen. (2009). *Akuntansi Manajerial, Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, D., M., & Heitger, L. (2017). *Dasar - Dasar, Akuntansi Manajerial, Edisi 5.* Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok - Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jackson, Steve, Sawyers, Roby, Jenkins, & Greg. (2006). *Management Accounting*. Victoria: Thomson.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya, Edisi ke-5, Cetakan Kesebelas*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Robert, A., & Govindarajan, V. (2011). *Sistem Pengendalian Manajemen, Edisi 12*. Tangerang Selatan: Karisma.
- Septyaningsih. (2020, August 05). *Kemendag: Peluang Bisnis Kopi Indonesia Masih Lebar*. Retrieved from Republika.id: www.republika.co.id
- Supriyono, R. (2011). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Tunggal, A. W. (2011). *Dasar - Dasar Akuntansi Biaya dan Manajemen*. Jakarta: Harvarindo.