

BAB V

PENUTUP

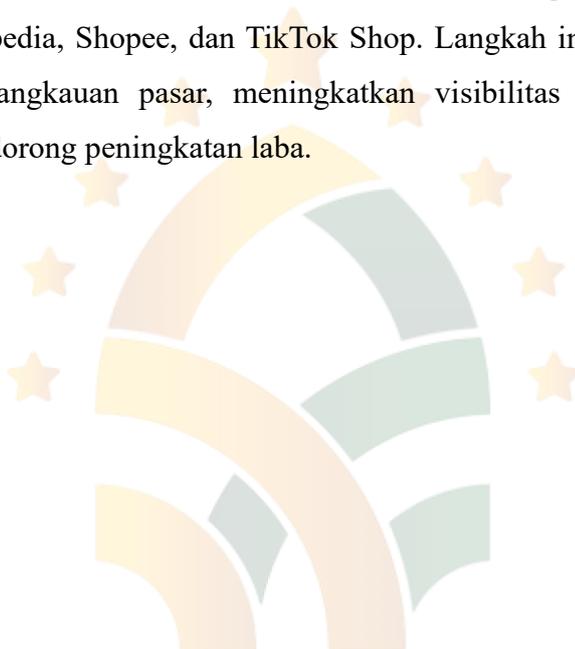
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Toko Batik Asofa mengenai peranan anggaran biaya sebagai alat bantu pengendalian biaya dalam upaya pencapaian efektivitas laba pada Toko Batik Asofa, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Anggaran biaya di Toko Batik Asofa berfungsi sebagai alat bantu untuk mengendalikan biaya sehingga mencegah pemborosan biaya. Meskipun anggaran ini tidak sepenuhnya menentukan efektivitas laba, faktor lain seperti pencapaian pendapatan juga mempengaruhi efektivitas laba.
2. Toko batik Asofa telah mengendalikan biaya secara efisien yaitu realisasi biaya tahun 2019-2023 tidak melampaui anggaran atau di bawah anggaran. pada tahun 2019 pendapatan mencapai sebesar Rp1.316.720.000 dengan realisasi biaya Rp1.166.720.000 maka laba yang diperoleh Rp150.000.000, kemudian pada tiga tahun berikutnya Toko Batik Asofa mengalami penurunan pendapatan. pendapatan yang diperoleh pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp502.100.000 dengan realisasi biaya Rp394.100.000 maka laba yang didapat Rp108.000.000, pada tahun 2021 pendapatan mencapai Rp415.700.000 dengan realisasi biaya Rp358.100.000 maka laba yang diperoleh Rp57.600.000 dan pada tahun 2022 pendapatan mencapai Rp427.700.000 dengan realisasi biaya Rp358.100.000 maka laba yang diperoleh Rp69.600.000. Pada tahun 2023 Toko batik Asofa mengalami peningkatan laba sebesar Rp159.600.000 dengan pendapatan mencapai Rp949.100.000 dan realisasi biaya Rp789.500.000. Peningkatan laba ini dilatarbelakangi karena permintaan barang yang sangat tinggi dan sudah efisien dalam pengendalian biaya sehingga biaya yang dikeluarkan lebih terarah dan tidak terjadi pemborosan biaya.

B. Saran

Penulis menyarankan agar Toko Batik Asofa mengoptimalkan biaya produksi dan pembelian produk jadi dengan mencari pemasok serta bahan baku yang lebih ekonomis tanpa mengurangi kualitas produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi pengeluaran. Selain itu, penulis juga menyarankan agar Toko Batik Asofa memaksimalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial serta membuka toko daring di platform seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop. Langkah ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan pada akhirnya mendorong peningkatan laba.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**