BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin meningkatnya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Perkembangan suatu perusahaan menuntut kemampuan dan kecakapan para pengelola dalam menjalankan perusahaannya, termasuk didalamnya kemampuan dalam mengambil keputusan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Keputusan-keputusan yang tepat oleh manajer berdasarkan hasil pengukuran dan pengevaluasian terhadap pelaksanaan aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang optimal sebagai sumber pembiayaan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan perusahaan yang menghasilkan pendapatan pada umumnya adalah dalam bidang penjualan, baik dalam hal penjualan jasa maupun barang, sesuai dengan bidang perusahaannya masing-masing.

Anggaran ini diperlukan untuk semua jenis usaha tanpa anggaran suatu perusahaan akan menghadapi kesulitan dalam menjalankan operasinya. Kesulitan ini antara lain dalam hal pengelolaan. Dalam perusahaan keberadaan anggaran sangat diperlukan sebab perusahaan bertujuan mencari laba yang optimum, dan perusahaan harus membuat perencanaan dan penyusunan program secermat mungkin, apalagi jika perusahaan tersebut berada dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang sejenis.

Umumnya Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) setiap tahunnya disusun dengan pedoman pada pola umum kebijakan uang ditetapkan/digariskan oleh manajemen dalam mencapai sasaran pokok yang hendak di capai dalam setiap tahunnya. Proses penyusunan anggaran dilakukan dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan yang mengatur tata cara penyusunan anggaran.

Apabila anggaran sudah tersusun dengan baik sesuai dengan perencanaan yang sebelumnya, barulah pihak perusahaan meneliti lebih lanjut mengenai anggaran tersebut melalui suatu realisasi penjualan sebagai alat perbandingan dengan anggaran. Dengan adanya realisasi penjualan perusahaan akan mengetahui perbedaan yang terjadi dalam perusahaan. anggaran yang telah disusun sebelum kegiatan usaha perusahaan di mulai dengan anggaran yang sedang berjalan, biasanya dalam kurun waktu satu tahun. Maka dari itu diperlukan perencanaan (anggaran) penjualan yang baik agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan, karena melalui anggaran penjualan dapat memberikan estimasi jumlah dan sumber penerimaan yang diperkirakan.

Anggaran penjualan yang buruk akan mengakibatkan kegagalan bisnis dan karir, selain itu juga anggaran pengeluaran yang didasarkan pada penjualan menjadi tidak akurat. Karena alasan tersebut, maka penjualan berhak mendapatkan upaya perencanaan yang sungguh-sungguh. Anggaran penjualan dibuat berdasarkan taksiran dan anggapan, sehingga mengandung unsur ketidakpastian.

Penyusunan anggaran penjualan di PT. INTI (Persero) Bandung mengacu pada rencana perolehan kontrak di tahun yang akan datang, dengan terlebih dahulu membandingkan anggaran dan realisasi penjualan di tahun yang sedang berjalan. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kendala yang timbul antara anggaran dan realisasi penjualan. Apabila ditemukan suatu kendala PT. INTI dapat dengan segera mengambil tindakan revisi.

Jumlah anggaran penjualan dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Untuk lebih jelas mengenai perkembangan anggaran penjualan dan realisasi penjualan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Anggaran dan Realisasi Penjualan
Pada PT. INTI (Persero) Bandung
Periode 2005-2007

Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Anggaran Penjualan	Realisasi Penjualan
2005	Rp 569.041.300	Rp 565.562.400
2006	Rp 590.359.700	Rp 616.503.700
2007	Rp 724.372.900	Rp 684.508.600

(Sumber : PT. INTI (Persero) Bandung)

Dari tabel diatas terlihat dengan jelas bahwa terkadang anggaran penjualan itu tidak sesuai dengan realisasi penjualan. Dari tahun ke tahun anggaran dan realisasi penjualan mengalami peningkatan dan juga penurunan. Penurunan disebabkan adanya persaingan yang ketat, dimana saat ini banyak perusahaan-perusahaan lainnya bergerak di bidang telekomunikasi. Selain itu penurunan juga disebabkan karena adanya perubahan *bill of quantity*, adanya pembatalan beberapa kontrak yang telah ditandatangani, eksekusi kontrak dari pemberi kerja memakan waktu yang cukup lama, dan proses *tender* melalui *e-auction*. Sedangkan peningkatan dari realisasi penjualan sebagian besar terjadi karena diperolehnya kontrak-kontrak baru yang semula tidak dianggarkan, perluasan pemasaran, optimalisasi asset, peningkatan kemampuan dan dukungan kesisteman, aliansi strategis, dan adaptasi teknologi. (Sumber : R. Bimo Susetyo Budi).

Uraian fenomena tersebut terdapat hal penting yang perlu di kaji lebih lanjut mengenai anggaran penjualan dan realisasi penjualan. Maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang anggaran penjualan dan realisasi penjualan yang dilaksanakan pada PT. INTI (Persero) Bandung. Oleh karena itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul : **"Tinjauan Terhadap Perbandingan Anggaran Dan Realisasi Penjualan Pada PT. INTI (Persero) Bandung".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang pemilihan judul di atas yang mengacu kepada topik pembahasan tentang perbandingan anggaran dan realisasi penjualan, maka penulis mengidentifikasikan masalah, yaitu adanya perbedaan anggaran dengan realisasi penjualan, dimana realisasi penjualan lebih kecil dari anggaran yang disebabkan oleh adanya perubahan *bill of quantity*, adanya pembatalan beberapa kontrak yang telah ditandatangani, eksekusi kontrak dari pemberi kerja memakan waktu yang cukup lama dan proses *tender* melalui *e-auction*.

1.3 Rumusan Masalah

Untuk memperjelas dan mempertegas masalah yang akan di bahas, maka dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya sesuai dengan judul yang di ambil. Adapun rumusan masalah yang penulis ambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana anggaran penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung.
2. Bagaimana realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung.
3. Bagaimana perbandingan anggaran penjualan dan realisasi penjualan PT. INTI (Persero) Bandung.

1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis melakukan penelitian di PT. INTI (Persero) Bandung yang berlokasi di Jalan Moh. Toha No.77 Bandung 40253, Indonesia. Telepon (022) 5201501. Fax (022) 5202444.

1.4.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini di mulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli.

Tabel 1.2
Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

No	Jadwal / Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian																								
2	Pelaksanaan Penelitian																								
3	Pengumpulan Data																								
4	Pengolahan dan Analisis Data																								
5	Penyusunan Laporan Sidang																								

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Anggaran

Anggaran (*Budget*) mempunyai pengertian yang beraneka ragam. Beberapa pengertian anggaran menurut para ahli, adalah sebagai berikut :

Gunawan Adi Saputro (2003 : 55) menyatakan bahwa :

"Salah satu alat bantu manajemen yang digunakan dalam menjalankan fungsi perencanaan adalah anggaran (*Budget*). Anggaran adalah suatu rencana terinci yang dinyatakan secara formal dalam ukuran kuantitatif, biasanya dinyatakan dalam satuan uang, untuk perolehan dan penggunaan sumber-sumber suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun".

Agus Ahyari (2002 : 8), memberikan pendapatnya mengenai anggaran :

"Anggaran merupakan suatu perencanaan secara formal dari seluruh kegiatan perusahaan di dalam jangka waktu tertentu yang dinyatakan dalam unit kuantitatif (moneter)".

Sedangkan menurut **M. Munandar (2001 : 1),** anggaran adalah :

"Suatu rencana yang disusun secara sistematis yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang".

Dari beberapa definisi diatas, bahwa anggaran merupakan suatu rumusan rencana atau sasaran yang bersifat kuantitatif dan merupakan pedoman dalam menilai prestasi yang telah di capai.

2.1.2 Anggaran Penjualan

M. Munandar (2004 : 49), menyatakan bahwa yang di maksud dengan anggaran penjualan (*Sales Budget*) adalah :

"Budget yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah (kuantitas) barang yang akan di jual, harga barang yang akan di jual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya".

Dari pengertian tersebut, jelaslah bahwa *budget* penjualan hanyalah merupakan salah satu bagian saja dari keseluruhan rencana perusahaan di bidang pemasaran (*sales planning*).

2.1.3 Pengertian Penjualan

Menurut **Basu Swastha (2001 : 8)**, penjualan adalah :

"Sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi".

Dari pengertian penjualan di dapat tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen penjualan, yaitu :

a. Menciptakan permintaan
b. Mencari pembeli
c. Memberi petunjuk atau nasihat
d. Mengadakan perjanjian harga
e. Memudahkan hak milik

Penjualan itu sendiri yang merupakan transaksi bisnis berupa pengiriman atau pengalihan barang atau hak milik atas barang atau jasa sebagai pertukaran uang kas atau sejenis dengannya.

2.1.4 Realisasi Penjualan

Pengertian realisasi menurut **Kamus Besar Bahasa Indonesia** adalah :

"Realisasi adalah proses menjadikan nyata, perwujudan, cak wujud, kenyataan, pelaksanaan yang nyata".

Menurut **Ardiyos (2001 : 380)**, mengemukakan pengertian mengenai realisasi :

"Realization (Penyerahan) adalah pengakuan terhadap perolehan pada waktu terjadinya penjualan barang dagangan bagi usaha eceran atau pada saat penyerahan jasa bagi usaha pelayanan".

Sedangkan menurut **M. Munandar (2001 : 329)**, Laporan *budget* adalah :

"Laporan *budget (Budget Report)* ialah laporan yang sistematis dan terperinci tentang realisasi pelaksanaan *budget*, beserta analisis dan evaluasinya dari waktu ke waktu selama periode yang akan datang".

2.1.5 Prosedur Penyusunan Anggaran

Penyusunan anggaran biasanya dilaksanakan oleh komite anggaran. Komite anggaran tersebut anggotanya terdiri atas para manajer pelaksanaan fungsi-fungsi pokok perusahaan sesuai dengan prinsip. Anggaran tersebut meliputi: Manajer Pemasaran, Menajer Produksi, Manajer Teknik, Manajer Keuangan dan Menejer Pengawasan.

Supriyono (2001 : 99), Menyatakan bahwa penyusunan anggaran adalah sebagai berikut :

"1. Menganalisis informasi masa lalu yang di antisipasi untuk mengetahui SWOT *(Stength, Weakness, Oportunity, Threat)*. Manajemen puncak atau *Chief Executive Officer* (CEO) menganalisis informasi masa lalu dan perubahan lingkungan eksternal di masa depan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesepakatan dan ancaman (SWOT) yang dihadapi perusahaan.

2. Menentukan perencanaan strategis atas SWOT manajemen puncak atau CEO. Dengan menentukan perencanaan strategis yaitu penentuan tujuan organisasi dan rencana jangka panjang.

3. Mengkomunikasikan tujuan organisasi dan rencana jangka panjang. Rencana jangka panjang dikomunikasikan kepada manajer divisi dan manajer dibawahnya serta komite anggaran agar mereka mengetahui tujuan yang akan dicapai dan cara-cara proyek untuk mencapai tujuan tersebut.

4. memilih taktik, mengkoordinasikan kegiatan, dan mengawasi kegiatan. Atas dasar tujuan organisasi dan rencana jangka panjang yang telah di susun oleh manajer puncak, manajer divisi menyusun rencana pemilihan takik, yaitu : memilih cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan, manajer departemen membuat keputusan pengorganisasian yang berhubungan dengan pengorganisasian semua kegiatan di bawah departemennya dan manajer seksi

bertanggungjawab untuk merencanakan pengawasan (*supervision*) terhadap seksinya.

5. **Menyusun usulan anggaran. Setiap manajer divisi menyusun dan mengkoordinasikan penyusunan untuk bagian organisasi di bawahnya yaitu seksi usulan anggaran semua divisi selanjutnya diserahkan pada komite anggaran.**
6. **Menyarankan revisi usulan anggaran. Komite anggaran menyarankan revisi terhadap usulan anggaran. Setiap divisi agar dapat sinkronisasi dengan anggaran divisi yang lain agar sesuai dengan rencana jangka panjang dan tujuan yang telah ditentukan oleh manajer puncak.**
7. **Menyetujui usulan anggaran dan meralat menjadi anggaran perusahaan. Setelah usulan anggaran di revisi oleh setiap divisi yang bersangkutan dan revisinya telah disetujui oleh komite anggaran, maka komite anggaran merakit usulan tersebut menjadi anggaran perusahaan.**
8. **Revisi dan pengesahan anggaran perusahaan. Anggaran perusahaan mungkin masih memerlukan revisi sebelum disahkan oleh manajemen puncak menjadi anggaran perusahaan yang sesuai. Setelah dilakukan revisi anggaran tersebut disahkan dan didistribusikan ke setiap divisi dan bagian organisasi dibawahnya sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan dan sekaligus sebagai alat pengendalian".**

2.1.6 Tujuan Penyusunan Anggaran

Menurut **M.Nafarin (2004 : 200),** Tujuan penyusunan anggaran penjualan, adalah sebagai berikut:

"1. Untuk digunakan sebagai landasan yuridis formal dalam memilih sumber penggunaan dana.
1. **Untuk mengadakan pembatasan jumlah dana yang dicari dan digunakan.**
2. **Untuk merinci jenis sumber dana yang dicari maupun jenis penggunaan dana, sehingga dapat mempermudah pengawasan.**
3. **Untuk merasionalkan sumber dan penggunaan dana agar dapat mencapai hasih yang maksimal.**
4. **Untuk mengumpulkan rencana yang telah disusun, karena dengan anggaran lebih jelas dan nyata terlihat.**
5. **Untuk menampung dan menganalisis serta mengusulkan setiap usulan yang berkaitan dengan keuangan".**

2.2 Kerangka Pemikiran

Era globalisasi ini perkembangan dunia usaha semakin pesat sehingga makin meningkat pula aktivitas yang dilakukan perusahaan. Hal ini mengakibatkan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan semakin kompleks dan rumit. Sehingga dituntut untuk bekerja secara efektif dan efisien. Usaha ini dilakukan dengan melakukan fungsi-fungsi manajemen dengan baik, terutama fungsi perencanaan ini berjalan dengan lancar, maka diperlukan prosedur serta cara pelaksanaan yang baik pula. Tanpa adanya perencanaan yang baik, segala kegiatan perusahaan akan tidak menentu arah dan tujuannya. Oleh karena itu menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menggunakan anggaran penjualan sebagai dasar dalam melaksanakan operasi perusahaan.

Mengingat pentingnya penyusunan anggaran penjualan dalam suatu perusahaan agar dapat memaksimalkan laba perusahaan. Penulis mengemukakan teori yang menjadi kerangka pemikiran.

Menurut **M. Munandar (2001 : 1),** yang dimaksud dengan anggaran adalah :

“Suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang”.

Anggaran penjualan (*Sales Budget*) menurut **M. Munandar (2001 : 49),** adalah **:**

“Yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan di jual, jumlah barang yang akan di jual, harga yang akan di jual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya”.

Sebagai alat perencanaan, anggaran merupakan landasan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan apa yang akan dilakukan dengan membandingkan antara hasil aktual dengan anggaran. Kemudian penyimpangan yang terjadi di analisis bila diperlukan dapat di ambil tindakan untuk memperbaiki keadaan tersebut. Melalui anggaran, manajemen mempunyai pedoman mengenai kegiatan yang akan dituju, bagaimana mengatur segala sumber daya yang tersedia, serta sejauh mana yang diharapkan tersebut dapat tercapai.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Husein Umar (2005 : 303), mengatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut :

"Objek Penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi obyek penelitian. Juga di mana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika di anggap perlu".

Menurut **Sugiyono (2004 : 13),** menyatakan bahwa :

"Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu)".

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu teknis atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh.

Pengertian metode penelitian yang dikemukakan oleh **Sugiyono (2009 : 2)** adalah sebagai berikut:

"Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Menurut **Sugiyono (2007:29),** menyatakan bahwa:

"Metode deskriptif adalah metode yang berfungsis untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum".

Andi Supangat (2007 : 1), menyatakan bahwa :

"Metode kuantitatif adalah informasi dalam bentuk pernyataan bilangan (jumlah) yang didasarkan pada hasil perhitungan maupun hasil pengukuran dalam bentuk angka (bilangan)".

3.3 Operasionalisasi Variabel

Dari judul tugas akhir yang berjudul Tinjauan Terhadap Perbandingan Anggaran Dan Realisasi Penjualan Pada PT. INTI (Persero) Bandung. Penulis akan menjelaskan mengenai perbandingan anggaran penjualan dan realisasi penjualan. Berdasarkan kerangka pemikiran, yaitu :

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sumber Data
Anggaran dan Realisasi Penjualan	*Budget* yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang yang akan dijual, jumlah (kuantitas) barang yang akan dijual, harga yang akan dijual, waktu penjualan serta tempat (daerah) penjualannya. **M.Munandar (2001:49)** Sistem keseluruhan dari kegiatan usaha ditunjukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. **Basu Swasta (2001:8)**	• *Operating Budget* • *Financial Budget* • *Trade Selling* • *Missionary Selling* • *Technical Selling* • *New Business Selling* • *Responsive Selling*	Anggaran dan Realisasi Penjualan tahun 2005-2007 pada PT. INTI (Persero) Bandung

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain :

1. *Field Research* (Studi Lapangan)
   Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer baik secara langsung maupun tidak langsung. Data-data ini diperoleh melalui :
   a. Observasi
      Adalah teknik pengumpulan data melalui penelitian secara langsung kepada objek yang diteliti, dengan cara memperoleh data dan informasi langsung pada bagian akuntansi.
   b. Wawancara
      Adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab pada karyawan yang bersangkutan. Dengan wawancara langsung kepada bagian akuntansi PT. INTI (Persero) Bandung. Untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.
2. *Library Research* (Studi Kepustakaan)
   Metode ini diperlukan untuk memperoleh data sekunder yang bersifat teoritis yang akan digunakan sebagai dasar pengetahuan dan merupakan titik acuan dalam pembahasan penelitian ini. Data diperoleh dengan cara membaca referensi buku-buku tentang akuntansi dan anggaran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini adalah mengenai hasil pengamatan penulis saat melakukan penelitian tentang Tinjauan Terhadap Perbandingan Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung. Sehingga penulis memperoleh data dan mengetahui Perbandingan Anggaran dan Realisasi Penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung yang beralamatkan di Jl. Moch. Toha No. 77 Bandung.

Tabel 4.1
AREA BISNIS

DIVISI	AREA BISNIS
JTT	• Perangkat telekomunikasi yang menjadi kebutuhan pelanggan dari operator telekomunikasi *fix* (*TelCo*), • Solisi IT yang menjadi VAS (*Value Added Service), Embedded* SW bagi operator telekomunikasi *fix* (*TelCo*).
JTS	• Perangkat telekomunikasi yang menjadi kebutuhan pelanggan dari operator telekomunikasi seluler (*CelCo*), • Solisi IT yang menjadi VAS (*Value Added Service*), *Embedded* SW bagi operator telekomunikasi seluler (*CelCo*).
JIT	• *Repair* dan *maintance* baik dari operator telekomunikasi *fix* (*TelCo*) maupun operator telekomunikasi seluler (*CelCo*), • Jasa Produksi, • Solisi IT atau VAS (*Value Added Service*), *Embedded* SW, dari pelanggan *Enterprice* di luar dari area solusi IT Divisi JTS dan Divisi JTT.
JTP	• Perangkat telekomunikasi ataupun solusi IT/MIS bagi *nonpublik* (komunitas tertutup/*privat*) antara lain : Hankam, Polri, dan komunitas tertutup lainnya, • KWH Meter, • Jasa pelayanan IDC, • Aplikasi MIS (INTI-MED dan Aplikasi MIS lainnya), • I-GOS (*Indonesian Go Open Source*), • INTI-*Tone* • Solusi IT / MIS yang mengarah pada bisnis *Manage Service.*

Tabel 4.2
Tiga Bidang Usaha Pada PT. INTI (Persero) Bandung

Produk	Pasar	Kompetensi

Jaringan Telekomunikasi Tetap (JTT)	Operator Telekomunikasi Tetap	Integrasi Sistem • Jaringan Tetap • Pita Sempit dan Pita Lebar
Jaringan Telekomunikasi Selular (JTS)	Operator Telekomunikasi Selular	Integrasi Sistem • Jaringan Selular • Pita Sempit dan Pita Lebar
Jaringan Integrasi Teknologi (JIT)	Operator Telekomunikasi Korporasi dan Publik	Produk Asli dan Kapabilitas • Desain Rekayasa • *Network Managemen Tools* • CPE (*Customers Premisses Equipment*) • CME (*Construction and Mechanical Engineering*) • Solasi Teknologi

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Anggaran Penjualan Pada PT. INTI (Persero) Bandung

Anggaran (*Budget*) merupakan perencanaan yang digunakan sangat meluas baik dalam dunia bisnis maupun pemerintah. Penyusunan anggaran adalah suatu bagian internal dari proses perencanaan, dimana anggaran itu sendiri adalah hasil akhir dari proses perencanaan atau pernyataan untuk menghindari reaksi negatif yang sering dihubungkan dengan pengawasan manajer.

Selain itu anggaran juga merupakan alat yang di pakai dalam organisasi, mulai perusahaan yang paling kecil sampai perusahaan yang paling besar menggunakan anggaran. Tentu saja dalam hal ini terdapat variasi yang berbeda baik dalam bentuk formalitas maupun detail dari anggaran yang digunakan.

Anggaran penjualan yang dilakukan oleh PT. INTI (Persero) Bandung tidak sama dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena adanya perubahan perencanaan penjualan yang di lakukan PT. INTI (Persero) Bandung. Penyusunan anggaran penjualan didasarkan pada anggaran dan realisasi penjualan tahun lalu. Besarnya penjualan yang dianggarkan jumlahnya tidak selalu lebih besar/lebih kecil dari tahun ke tahun sebelumnya, akan tetapi disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Untuk lebih jelasnya mengenai anggaran penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung, penulis sajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.4
Analisis Anggaran Penjualan
Pada PT. INTI (Persero) Bandung
Periode 2005-2007

Dalam jutaan rupiah

Tahun	Anggaran Penjualan	Peningkatan	
		Rp.	%
2005	Rp 569.041.300	-	-
2006	Rp 590.359.700	Rp 21.318.400	3,75 %
2007	Rp 724.372.900	Rp 134.013.200	22,70 %
Jumlah	**Rp 1.883.770.900**	**Rp 155.331.600**	**26,45 %**

Dari tabel di atas yaitu hasil penyusunan anggaran penjualan selama 3 tahun dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2007 dapat di lihat bahwa setiap tahunnya anggaran penjualan mengalami peningkatan. Selanjutnya akan di jelaskan, yaitu sebagai berikut :

a. Pada tahun 2005 anggaran penjualan sebesar Rp 569.041.300,- sedangkan tahun 2006 sebesar Rp 590.359.700,- anggaran penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 21.318.400,- atau sebesar 3,75 % dibandingkan tahun sebelumnya.
b. Pada tahun 2006 anggaran penjualan sebesar Rp 590.359.700,- sedangkan tahun 2007 sebesar Rp 724.372.900,- anggaran penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 134.013.200,- atau sebesar 22,70% dibandingkan tahun sebelumnya.
c. Pada tahun 2007 anggaran penjualan sebesar Rp 724.372.900.

Anggaran penjualan di PT. INTI (Persero) Bandung mengacu pada rencana perolehan kontrak untuk tahun yang akan datang. Anggaran penjualan dari tahun 2005 sampai dengan 2007 mengalami peningkatan. Anggaran penjualan meningkat dikarenakan anggaran yang belum dilaksanakan pada tahun yang sedang berjalan dimasukan kedalam anggaran tahun yang akan datang, sehingga tahun yang akan datang anggarannya bertambah. Tetapi apabila anggarannya sudah dilaksanakan bahkan lebih dari yang dianggarkan PT. INTI tetap menambah anggarannya karena setiap tahunnya PT. INTI (Persero) Bandung berharap dapat meningkatkan penjualan. Dari penjualan tersebut diharapkan adanya pertumbuhan laba bersih, sehingga PT. INTI (Persero) dapat berkontribusi terhadap pendapatan Negara.

Oleh karena itu PT. INTI (Persero) Bandung membuat kebijakan dengan menetapkan besarnya anggaran yang harus disepakati oleh Dewan Direksi untuk tahun yang akan datang. Maka dari itu diperlukan perencanaan (anggaran) penjualan yang baik agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan, karena melalui anggaran penjualan dapat memberikan estimasi jumlah dan sumber penerimaan yang diperkirakan.

1.2.2 Analisis Realisasi Penjualan Pada PT. INTI (Persero) Bandung

Pelaksanaan anggaran berupa berbagai aktivitas yang dilaksanakan untuk mencapai sasaran anggaran. Pembebanan biaya berperan dalam mengukur berbagai sumber daya yang dipakai dalam melaksanakan aktivitas untuk tercapainya suatu anggaran. Dengan adanya perhitungan biaya maka PT. INTI dapat melakukan penjualan yang telah direncanakan oleh manajer pusat pertanggungjawaban sehingga realisasi penjualan dapat tercapai. Untuk mengetahui besarnya realisasi penjualan di PT. INTI, berikut penulis sajikan tabel mengenai realisasi anggaran penjualan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Analisis Realisasi Penjualan
Pada PT. INTI (Persero) Bandung
Periode 2005-2007

Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Realisasi Penjualan	Peningkatan	
		Rp.	%
2005	Rp 565.562.400	-	-
2006	Rp 616.503.700	Rp 50.941.300	9.01 %
2007	Rp 684.508.600	Rp 68.004.900	11.03 %
Jumlah	**Rp 1.866.574.700**	**Rp 118.946.200**	**20.04 %**

Dari tabel di atas yaitu hasil penyusunan realisasi penjualan selama 3 tahun dapat di lihat bahwa setiap tahunnya realisasi penjualan mengalami peningkatan. Selanjutnya akan di jelaskan, yaitu sebagai berikut :

a. Pada tahun 2005 realisasi penjualan sebesar Rp 565.562.400 sedangkan tahun 2006 sebesar Rp 616.503.700 realisasi penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp 50.941.300 atau sebesar 9,01 % dibandingkan tahun sebelumnya.
b. Pada tahun 2006 realisasi penjualan sebesar Rp 616.503.700 sedangkan tahun 2007 sebesar Rp 684.508.600 realisasi mengalami peningkatan sebesar Rp 68.004.900 atau sebesar 11,03 % dibandingkan tahun sebelumnya.
c. Pada tahun 2007 realisasi penjualan sebesar Rp 684.508.600.

Realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan dikarenakan PT. INTI (Persero) Bandung melakukan 6 program strategis, yaitu dengan cara :

1. Memperkuat proses *ALIGNMENT*, yaitu mengelola perusahaan secara simultan (berurutan) yang melalui *marketing, finance*, SDM, koperasi, IT dan R&D serta telah dilakukan penyempurnaan organisasi dengan ditetapkannya struktur organisasi yang berdasarkan *ALIGNMENT* proses bisnis yang dilengkapi dengan *job description* dan *job competensi profile* (SKD No. KN. 001/2006).
2. Adaptasi teknologi, yaitu :
   - Mempercepat dan menambah *fortopolio* produk dan bisnis melalui perikatan dengan mitra strategis.
   - Alih teknologi bidang : *Wimax, Canopy*, 3G, CDMA, *Power Supply*, Mega Co, MNS, IP PBX, *Conten*.
3. Perluasan Pemasaran.
   Meningkatkan intensitas kunjungan, prestasi dan menawarkan produk baru kepada *customers* baru diantaranya *Mobile 8, Sapmoerna Tel, Hutchison CPT, Samsung, Nokia, Siemens, Icon Plus*, PT. BUKIT ASEM, I-Net, Dirjen Pajak, RSU Palembang, dan PT. Citra Sari Makmur (Operator VSAT).
4. Aliansi Strategis
   Aliansi strategis dalam bidang teknologi dengan : *Sagam SA, Alcatel Shanghai Bell, Valere, Samsung, High Gain, Sun Microsystem, Tibco,* Telkom Malaysia dan Motorola.
5. Optimalisasi Asset
   - Kontrak penyewaan fasilitas kantor sebesar Rp. 3,3 M.

- Telah dilakukan kaji ulang untuk mengoptimalkan lahan kantor pusat oleh konsultan Satyatama Graha Tara (Berpotensi sebagai lokasi *Commercial Area*)

6. Peningkatan Kemampuan dan dukungan kesisteman.
   - Telah disempurnakan : Prosedur keuangan, kebijakan keuangan, kebijakan akuntansi, pedoman akuntansi keuangan dan MP SIM.
   - Penandatanganan addendum PKS (Penarikan Kerja Sama) penarikan fasilitas BG (Bank Garansi), L/C (*Letter of Credit*) dan SKBDN (Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri) dengan Bank NISP sebesar Rp. 300 M dan Bank BRI sebesar Rp. 70 M.
   - Pengembangan kesisteman SDM, Pelatihan *Soft Competence*.
   - Sertifikat ISO 9001 : 2000, *Balanced Scorecard* (BSC), MBCE (*Menitest Basics Conten Example*).

Berdasarkan hasil analisis, bahwa realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung periode 2005 sampai dengan periode 2007 dapat disimpulkan bahwa realisasi penjualan mengalami peningkatan, peningkatan tersebut menunjukan angka yang baik. Dikatakan baik karena sesuai dengan kebijakan manajemen perusahaan, bila realisasi penjualan mencapai sebesar 10% maka pencapaian realisasi penjualan tersebut dikatakan baik. Karena memenuhi standar minimum pencapaian realisasi penjualan di PT. INTI (Persero) Bandung yaitu sebesar 10 %. Dengan adanya peningkatan realisasi penjualan PT. INTI (Persero) Bandung berharap peningkatan tersebut bisa terulang kembali untuk periode yang akan datangdengan bertambahnya laba bersih.

4.2.3 Analisis Perbandingan Anggaran Penjualan dan Realisasi Penjualan Pada PT. INTI (Persero) Bandung

Pada bagian ini penulis akan menampilkan laporan anggaran penjualan dan realisasi penjualan untuk tahun 2005 sampai dengan tahun 2007 pada tabrl 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6
Analisis Anggaran dan Realisasi Penjualan
Pada PT. INTI (Persero) Bandung
Periode 2005-2007

Dalam Jutaan Rupiah

Tahun	Anggaran Penjualan	Realisasi Penjualan	Selisih	
			Rp.	%
2005	Rp 569.041.300	Rp 565.562.400	Rp 3.478.900	0,61 %
2006	Rp 590.359.700	Rp 616.503.700	Rp 26.114.000	4,42 %
2007	Rp 724.372.900	Rp 684.508.600	Rp 39.864.300	5,50 %
Jumlah	**Rp 1.883.770.900**	**Rp 1.866.574.700**	**Rp 69.457.200**	**10,53 %**

(Sumber : PT. INTI (Persero) Bandung)

Laporan anggaran penjualan dan realisasi penjualan diketahui anggaran penjualan itu tidak sesuai dengan realisasi penjualan. Dari tahun ke tahun anggaran dan realisasi penjualan mengalami peningkatan dan juga penurunan. Pada tahun 2005 anggaran penjualan tidak tercapai, hal itu bisa di lihat dari anggaran penjualan sebesar Rp 569.041.300,- sedangkan realisasi penjualannya pada tahun tersebut hanya sebesar Rp 565.562.400,-. Tidak tercapainya anggaran tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Proses *tender* untuk mendapatkan kontrak melalui *e-auction.* yaitu penawaran harga melalui peralatan komputerisasi untuk mendapatkan nilai penawaran yang paling rendah, dimana satu *biding*/kamar dengan *biding* lain tidak dapat mempengaruhi atau dipengaruhi.
2. Eksekusi kontrak dari pemberi kerja/klien memakan waktu yang cukup lama.

3. Adanya perubahan *bill of quantity.*
4. Adanya pembatalan kontrak yang semula telah ditandatangani.

Terkait dengan hal diatas, PT. INTI (Persero) Bandung menindaklanjuti agar hal tersebut tidak terulang kembali pada periode berikutnya. Adapun tindak lanjut itu berupa :

1. Menyiapkan harga yang jauh lebih kompetitif.
2. Adanya kejelasan dari substansi-substansi dalam MOU antara perusahaan dengan *klien*, sehingga hal-hal yang bersifat *urgent* dapat diperkirakan.
3. Jumlah dan *item* material yang digunakan/dipasang itu memakan waktu yang cukup panjang, material yang dimaksud harus sesuai dengan perangkat atas sistem yang akan digunakan. Perusahaan harus lebih mengerti apa yang diinginkan *klien*.
4. Mencari kontrak baru jumlah minimalnya sama, maksimalnya lebih dari kontrak yang dibatalkan.

Namun untuk tahun 2006 perusahaan dapat merealisasikan anggaran penjualannya dan dapat diketahui dari besarnya anggaran sebesar Rp 590.359.700,- sedangkan realisasinya sebesar Rp 616.503.700,-. Meningkatnya realisasi penjualan yang melebihi anggarannya pada tahun 2006 yaitu dikarenakan adanya enam program strategis, yaitu :

1. Memperkuat proses *ALIGNMENT*, yaitu mengelola perusahaan secara simultan (berurutan) yang melalui *marketing, finance*, SDM, koperasi, IT dan R&D serta telah dilakukan penyempurnaan organisasi dengan ditetapkannya struktur organisasi yang berdasarkan *ALIGNMENT* proses bisnis yang dilengkapi dengan *job description* dan *job competence profile* (SKD No. KN. 001/2006).
2. Adaptasi teknologi, yaitu :
   - Mempercepat dan menambah *fortopolio* produk dan bisnis melalui perikatan dengan mitra strategis.
   - Alih teknologi bidang : Wimax, *Canopy*, 3G, CDMA, *Power Supply, Mega Co*, MNS, IP PBX, *Conten*.
2. Perluasan Pemasaran.
   Meningkatkan intensitas kunjungan, prestasi dan menawarkan produk baru kepada *customers* baru diantaranya *Mobile 8, Sapmoerna Tel, Hutchison CPT, Samsung, Nokia, Siemens, Icon Plus,* PT. BUKIT ASEM, *I-Net*, Dirjen Pajak, RSU Palembang, dan PT. Citra Sari Makmur (Operator VSAT).
3. Aliansi Strategis
   Aliansi strategis dalam bidang teknologi dengan : *Sagam SA, Alcatel Shanghai Bell, Valere, Samsung, High Gain, Sun Microsystem, Tibco*, Telkom Malaysia dan *Motorola.*

4. Optimalisasi *Asset*
   - Kontrak penyewaan fasilitas kantor sebesar Rp. 3,3 M.
   - Telah dilakukan kaji ulang untuk mengoptimalkan lahan kantor pusat oleh konsultan Satyatama Graha Tara (Berpotensi sebagai lokasi *Commercial Area*).
5. Peningkatan Kemampuan dan dukungan kesisteman.
   - Telah disempurnakan : Prosedur keuangan, kebijakan keuangan, kebijakan akuntansi, pedoman akuntansi keuangan dan MP SIM.
   - Penandatanganan *addendum* PKS (Penarikan Kerja Sama) penarikan fasilitas BG (Bank Garansi), L/C (Letter of Credit) dan SKBDN (Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri) dengan Bank NISP sebesar Rp. 300 M dan Bank BRI sebesar Rp. 70 M.
   - Pengembangan kesisteman SDM, Pelatihan *Soft Competence*.
   - Sertifikat ISO 9001 : 2000, *Balanced Scorecard* (BSC), MBCE (*Menitest Basics Conten Example*).

Terkait dengan hal diatas PT. INTI (Persero) Bandung berharap hal tersebut akan terulang kembali pada periode berikutnya.

Sedangkan pada tahun 2007 anggaran penjualan kembali tidak tercapai, hal itu bisa di lihat dari anggaran penjualan sebesar Rp 724.372.900,- sedangkan realisasi penjualannya pada tahun tersebut hanya sebesar Rp 684.508.600,-.

Dengan hasil uraian diatas bahwa antara angaran penjualan dengan realisasi penjualan mempunyai perbedaan karena realisasi penjualan merupakan sumber penerimaan hasil penjualan, sedangkan anggaran penjualan merupakan rencana kegiatan keuangan yang akan digunakan selama periode satu tahun.

Perbandingan antara anggaran dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung dari tahun 2005 sampai dengan 2007 menunjukan bahwa anggaran penjualan lebih besar dan atau lebih kecil daripada realisasinya. Walaupun tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung, tetapi PT. INTI (Persero) Bandung berhasil meningkatkan penjualan setiap tahunnya sehingga manambah laba bersih. Maka perbandingan anggaran dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) dinyatakan baik karena berhasil meningkatkan penjualannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan pada BAB-BAB sebelumnya, maka pada BAB terakhir ini penulis akan mencoba menarik beberapa kesimpulan dari penelitian yang penulis laksanakan di PT. INTI (Persero) Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Anggaran penjualan di PT. INTI (Persero) Bandung mengacu pada rencana perolehan kontrak untuk tahun yang akan datang. Anggaran penjualan dari tahun 2005 sampai dengan 2007 mengalami peningkatan. Karena anggaran yang belum dilaksanakan pada tahun yang sedang berjalan dimasukan kedalam anggaran tahun yang akan datang, sehingga tahun yang akan datang anggarannya bertambah. Tetapi apabila anggarannya sudah dilaksanakan bahkan lebih dari yang dianggarkan PT. INTI tetap menambah anggarannya karena setiap tahunnya PT. INTI (Persero) Bandung berharap dapat meningkatkan penjualan.
2. Realisasi penjualan pada umumnya dari tahun 2005 sampai dengan 2007 mengalami peningkatan. Meningkatnya realisasi penjualan karena PT. INTI (Persero) Bandung melakukan program strategis. Meningkatnya realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung menunjukan angka yang baik.
3. Anggaran dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung mempunyai perbedaan, dimana realisasi penjualan pada tahun 2005 dan 2007 lebih kecil sedangkan tahun 2006 lebih besar daripada anggaran. Walaupun tidak tercapainya anggaran penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung, tetapi PT. INTI (Persero) Bandung berhasil meningkatkan penjualan setiap tahunnya sehingga manambah laba bersih. Maka perbandingan anggaran dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) dinyatakan baik karena berhasil meningkatkan penjualannya.

5.2 Saran

Berdasarkan apa yang telah didapat dari penyusunan tugas akhir ini dengan mengambil objek penelitian perbandingan anggaran dan realisasi penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung, maka ada beberapa saran yang disajikan oleh penulis, yaitu :

1. Dalam merencanakan penjualannya, perusahaan hendaknya mempertimbangkan faktor-faktor yang akan dipengaruhi. Dengan mempertimbangkan factor-faktor tersebut, perusahaan dapat menyusun anggaran dengan lebih baik dan realistis dimana anggaran tidak terlalu sulit untuk di capai.
2. Seharusnya PT. INTI (Persero) Bandung lebih meningkatkan realisasi penjualannya dibandingkan anggaranya, sehingga anggaran dan realisasi tidak terlalu jauh berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Ahyari. 2002. *Anggaran Perusahaan*. Pendekatan Kuantitatif, Buku ke 1. Yogyakarta : BPFE Universitas Gajah Mada.

Ardiyos. 2001. *Kamus Besar Akuntansi.* Jakarta: Citra Harta Prima.

Basu Swasta. 2001. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.

Gunawan Adi Saputro. 2003. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.

Husein Umar. 2007.*Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Munandar, M. 2001. *Budgeting, Perencanaan Kerja, pengkoordinasian kerja dan Pengawasan Kerja*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.

Nafarin, M. 2004. *Penganggaran Perusahaan.* Jakarta: Salemba Empat.

Nafarin, M. 2007. Penganggaran Perusahaan. edisi ke-tiga. Jakarta : Salemba Empat.

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA.

Terry Dickey. 2004. *Dasar-Dasar Penganggaran*. Jakarta: PPM.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, Edisi ke-3.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Anggaran dan Realisasi Penjualan
Tabel 1.2 Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel
Tabel 4.1 Area Bisnis
Tabel 4.2 Tiga Bidang Usaha Pada PT. INTI (Persero) Bandung
Tabel 4.3 Anggaran dan Realisasi Penjualan
Tabel 4.4 Analisis Anggaran Penjualan
Tabel 4.5 Analisis Realisasi Penjualan
Tabel 4.6 Analisis Anggaran dan Realisasi Penjualan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Laba Rugi Konsolidasi Per 31 Desember 2005
Lampiran 2 Laporan Laba Rugi Konsolidasi Realisasi 2005, RKAP 2006 dan Realisasi 2006
Lampiran 3 Laporan Laba Rugi Konsolidasi Realisasi 2006, RKAP 2007 dan Realisasi 2007

TABEL II.16. LAPORAN LABA RUGI KONSOLIDASI PER 31 DESEMBER 2005

(Rp. Juta)

Uraian	Realisasi 2004	Tahun 2005		% Terhadap	
		RKAP	Realisasi	Th. 2004	RKAP 2005
1	2	3	4	5=(4/2)	6=(4/3)
HASIL PENJUALAN	796.005,2	569.041,3	565.562,4	71,05	99,39
HARGA POKOK PENJUALAN	(689.186,0)	(491.150,1)	(471.545,5)	68,42	96,01
LABA KOTOR	106.819,2	77.891,3	94.017,0	88,02	120,70
BEBAN USAHA	(65.929,6)	(55.234,2)	(72.195,2)	109,50	130,71
LABA (RUGI) USAHA	40.889,6	22.657,0	21.821,8	53,37	96,31
PENDAPATAN & BEBAN LAIN-LAIN					
1. Pendapatan Lain-Lain	50.743,0	45.121,3	21.218,5	41,82	47,03
2. Beban Lain-Lain	(33.875,8)	(41.822,1)	(16.714,6)	49,34	39,97
Jumlah Pendapatan & Beban Lain-Lain Bersih	16.867,2	3.299,3	4.503,9	26,70	136,51
LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK	57.756,8	25.956,3	26.325,7	45,58	101,42
BEBAN PPh KINI	(3,2)	(544,2)	(71,8)	2.272,37	13,19
PENDAPATAN (BEBAN) PPh TANGGUHAN	(20.987,3)	(8.406,2)	(8.129,6)	38,74	96,71
LABA (RUGI) SBL BAGIAN SAHAM MINORITAS	36.766,3	17.005,9	18.124,4	49,30	106,58
Bagian Pemegang Saham Minoritas	(7,1)	(317,5)	(53,1)	747,67	16,74
LABA BERSIH	36.759,2	16.688,4	18.071,2	49,16	108,29

TABEL II.16.
LAPORAN LABA RUGI PT INTI (PERSERO) REALISASI 2005,
RKAP 2006 DAN REALISASI TAHUN 2006

(Rp. Juta)

Uraian	Realisasi 31-12-05 Audited	Tahun 2006		% Terhadap	
		RKAP	Realisasi	Tahun 2005	RKAP 2006
1	2	3	4	5 = (4/2)	6 = (4/3)
HASIL PENJUALAN	561,181.9	590,359.7	616,503.7	109.86	104.43
HARGA POKOK PENJUALAN	(468,970.1)	(498,686.0)	(537,403.6)	114.59	107.76
LABA KOTOR	92,211.8	91,673.6	79,100.1	85.78	86.28
BEBAN USAHA	(70,611.2)	(72,734.5)	(65,921.1)	93.36	90.63
LABA (RUGI) USAHA	21,600.7	18,939.0	13,179.0	61.01	69.59
PENDAPATAN & BEBAN LAIN-LAIN					
1. Pendapatan Lain-Lain	19,311.0	6,030.6	12,968.1	67.15	215.04
2. Beban Lain-Lain	(14,716.3)	(192.2)	(15,034.8)	102.16	7,822.49
Jumlah Pdptn & Beban Lain-Lain Bersih	4,594.7	5,838.4	(2,066.7)	(44.98)	(35.40)
LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK	26,195.4	24,777.4	11,112.3	42.42	44.85
BEBAN PPh KINI	-	-	-	-	-
PENDAPATAN (BEBAN) PPh TANGGUHAN	(8,124.1)	(8,418.4)	(2,487.1)	30.61	29.54
LABA (RUGI) BERSIH	18,071.2	16,359.0	8,625.2	47.73	52.72

TABEL II.17.
LAPORAN LABA RUGI KONSOLIDASI
REALISASI 2006, RKAP 2007 DAN REALISASI TAHUN 2007

Uraian	Realisasi 31 Des 2006 Audited	Tahun 2007		Kenaikan/(Penurunan) terhadap	
		RKAP	Realisasi	Realisasi 2006	RKAP 2007
1	2	3	4	5=(4/2)	6=(4/3)
HASIL PENJUALAN	629,547.7	724,372.9	684,508.6	108.73	94.50
HARGA POKOK PENJUALAN	(548,130.1)	(614,166.1)	(607,005.5)	110.74	98.83
LABA (RUGI) KOTOR	81,417.6	110,206.8	77,503.1	95.19	70.33
BEBAN USAHA	(67,301.6)	(80,975.3)	(69,162.0)	102.76	85.41
LABA (RUGI) USAHA SEBELUM BUNGA	14,116.0	29,231.5	8,341.0	59.09	28.53
BEBAN BUNGA	-	(250.0)	(4,743.5)	-	1,897.38
LABA (RUGI) USAHA SETELAH BUNGA	14,116.0	28,981.5	3,597.6	25.49	12.41
PENDAPATAN & BEBAN LAIN-LAIN					
1. Pendapatan Lain-Lain	12,955.2	6,757.9	5,908.4	45.61	87.43
2. Beban Lain-Lain	(15,759.0)	-	(6,772.2)	42.97	-
Jumlah Pendapatan (Beban) Lain-Lain Bersih	(2,803.9)	6,757.9	(863.8)	30.81	(12.78)
LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK	11,312.1	35,739.4	2,733.8	24.17	7.65
BEBAN PPh KINI	(95.0)	(266.2)	(5.0)	5.22	1.86
PENDAPATAN (BEBAN) PPh TANGGUHAN	(2,542.0)	(11,743.7)	(1,314.5)	51.71	11.19
LABA (RUGI) SBL BAGIAN SAHAM MINORITAS	8,675.0	23,729.5	1,414.3	16.30	5.96
Bagian Pemegang Saham Minoritas	(49.9)	(173.0)	(30.0)	60.26	17.36
LABA (RUGI) BERSIH	8,625.2	23,556.5	1,384.3	16.05	5.88

*) Laba (Rugi) Bersih Konsolidasi Proforma tahun 2006 (Rp. 4,18) milyar