

## ABSTRAK

Bisnis media pada dasarnya sangat terpengaruh oleh situasi makro ekonomi nasional, terutama dalam kaitannya dengan jumlah belanja iklan yang menjadi tulang punggung kelangsungan bisnis media. Pertumbuhan jumlah pengiklan di Indonesia akan meningkatkan pendapatan perusahaan media. Media yang ada di Indonesia seperti: media radio, media cetak, media *online* dan media pertelevisian. Media pertelevisian menjadi media periklanan yang paling diminati diantara media yang lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan kinerja keuangan pada perusahaan media pertelevisian dengan menggunakan pendekatan *Du Pont System* dan bagaimana perbandingan kinerja keuangan kedua perusahaan tersebut. Metode pengukuran kinerja keuangan menggunakan beberapa rasio keuangan yang diturunkan dari komponen-komponen pada laporan laba rugi dan neraca keuangan, diantaranya *Net Profit Margin* (NPM), *Total asset turnover* (TATO), *Financial Leverage Multiplier* (FLM), *Return on asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE).

Populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan PT Surya Citra Media Tbk dan PT Media Nusantara Citra Tbk. Dengan teknik *purposive sampling* dimana didapat sampel dengan kriteria laporan keuangan tahun 2008 sampai dengan tahun 2013 dari kedua perusahaan yang telah di audit.

Dari hasil perhitungan untuk nilai TATO, FLM, ROE adalah  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan PT. Surya Citra Media Tbk dengan PT Media Nusantara Citra Tbk. Untuk nilai NPM dan ROA, hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau bisa dikatakan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja keuangan PT Surya Citra Media Tbk dan PT Media Nusantara Citra Tbk.

**Kata Kunci :** Kinerja keuangan, Media Televisi, pendekatan *Du pont system*.