

DAFTAR ISI

Halaman

Kata Pengantar.....	i
BAB I	PENDAHULUAN
	A. Latar Belakang Masalah.....1
	B. Perumusan Masalah.....2
	C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....2
	D. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah.....2
	E. Sistematika Pembahasan.....3
BAB II	LANDASAN TEORI
	A Analisa Keuangan.....7
	B. Tipe Perbandingan Ratio..... 7
	C. Kelemahan Pendekatan Akuntansi.....8
	D. ROI (Return on Investment)..... 10
	E. ROE (Return on Equity)..... 13
	F. Relevant Information..... 14
BAB III	METODE PENGUMPULAN DATA
	A. Metode Pengumpulan Data..... 16
	B. Teknik Analisis Data..... 16
	C. Relevant Cost..... 17
	D. Latar Belakang Perusahaan..... 17
BAB IV	ANALISA
	A. Relevant Cost..... 20
	B. Analisa Ratio.....26
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
	A. Kesimpulan..... 30
	B. Saran.....30

ABSTRAKSI

Grisman D.R Larosa, 2002 Analisa Kinerja Second Product PT. "Y" menggunakan Metode ROI, ROE dan Relevant Cost di bawah bimbingan Bp. Samuel Dossugi.

Setiap perusahaan menginginkan penguasaan pasar yang besar bagi produknya dengan harapan akan timbulnya brand image dan menyumbang profit yang besar kepada perusahaan.

Banyak cara yang diambil oleh perusahaan tersebut antara lain membuat produk baru yang harganya lebih murah dengan harapan pangsa pasar yang didapat tidak hanya dari segmen atas, menengah tapi juga dari bawah.

Tapi tanpa disadari seringkali kebijaksanaan yang diambil itu tidak dilakukan dengan matang dan tidak dengan perhitungan yang matang, malahan seingkali dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan seperti yang dilakukan oleh PT. "Y" dalam meluncurkan produk second-nya dan jika menggunakan ratio keuangan maka bulan per bulan sejak launching pertama ratio perusahaan mengalami penurunan baik dalam ratio, penjualan profit dan lain – lain.

Dalam melakukan analisa ini penulis mencoba menganalisa kinerja PT. "Y" dengan menggunakan metode ROI, ROE dan Relevant Cost karena metode ini yang cocok dengan system yang dipakai oleh perusahaan dan dari analisa itu dapat diambil kesimpulan dan diberikan saran – saran yang dianggap perlu diambil oleh perusahaan