

ABSTRAK

Sebagaimana diketahui peranan *marketing* suatu perusahaan menjadi salah satu alat dalam melihat kegiatan sebuah perusahaan. Untuk melakukan kegiatan *marketing* tentunya diperlukan biaya yaitu biaya *marketing*. Biaya *marketing* adalah biaya untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan *marketing*. biaya *marketing* pada perusahaan sangat berperan dalam menentukan tinggi rendahnya penjualan yang akan menentukan tinggi rendahnya keuntungan yang didapat perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif. Studi *eksploratif* dilakukan ketika sejumlah fakta diketahui, tetapi diperlukan lebih banyak informasi untuk menyusun kerangka teoritis yang kukuh. Sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan pada laporan keuangan sektor Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan manajemen keuangan, dimana menggunakan laporan keuangan sebagai acuan untuk melihat besaran *marketing expense*, *total assets*, *total revenue*, *cost of revenue*, *operating cost* dan ROMI (*Return On Marketing Investment*) sebagai variabelnya yang kemudian dilakukan perhitungan rasio perbandingan *marketing expense* terhadap *total assets*, *total revenue*, *cost of revenue*, dan *operating cost* dan perhitungan ROMI (*Return On Marketing Investment*).

Dalam Penelitian ini untuk pemetaan rasio perbandingan *Marketing Expense* dengan *Total asset*, *Total revenue*, *Cost of Revenue*, dan *Operating Cost* hasilnya adalah pada subsektor *Financial Institution* berorientasi pada kegiatan operasional, Subsektor *Insurance* berorientasi pada produksi barang dan jasa (*goods and services*) dan subsektor Bank, *Other Finance dan Subsektor Securities Company* berorientasi pada kegiatan *marketingnya*.

Keyword : Sektor Keuangan, Bursa Efek Indonesia, Marketing Expense.