

## ABSTRAKSI

Suatu perguruan tinggi membutuhkan sebuah Sistem Informasi Manajemen yang terpadu agar mampu bertahan dan unggul dalam menghadapi pesaing-pesaing yang ada. Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menerapkan Sistem Informasi Pemasaran yang akurat dan lengkap maka diperlukan suatu media promosi yang dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat bagi lulusan dan perusahaan pengguna.

*Marketing Information System* merupakan suatu sistem berbasis komputer yang bekerjasama dengan sistem informasi fungsional lainnya untuk mendukung manajemen perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan (McLeod, 2001; 185). Pemanfaatan media promosi dengan menggunakan internet salah satu sarana untuk mencapai keunggulan bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Marketing Information Systems* (MKIS) dapat meningkatkan lulusan dan fasilitas media promosi yang membantu bagi Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi sehingga dapat memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya.

Berdasarkan model *marketing information system* yang disarankan bagi Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi *output* yang dihasilkan yaitu *output* produk berupa informasi lowongan pekerjaan dan tingkat kualitas alumni Universitas Airlangga Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi. Sedangkan pada *output promotion* terdapat fasilitas info lowongan pekerjaan yang dimiliki oleh Universitas Airlangga yaitu *Jobs Placement Center* Universitas Airlangga dan situs internet ([www.ikafelangga.ac.id](http://www.ikafelangga.ac.id)) serta terdapat keunggulan dan kelemahan fasilitas yang dimiliki oleh perguruan tinggi pesaing dan kualitas alumni dari perguruan tinggi pesaing.