

## ABSTRAKSI

Penelitian ini mengambil judul “Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Produk Layanan *Phone – Banking* pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri”. Judul ini diambil dari perumusan masalah “Apakah sistem informasi pemasaran yang diterapkan dalam rangka menghasilkan produk layanan *phone – banking* pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri sudah memadai?”. Hal ini didasarkan pada teori Sistem Informasi Manajemen karangan Raymond Jr. McLeod (2001 : 342) yang menjelaskan bahwa Sistem Informasi Pemasaran terdiri atas subsistem masukan, *database* dan subsistem keluaran. Subsistem masukan meliputi Sistem Informasi Akuntansi, subsistem penelitian pemasaran dan subsistem intelijen pemasaran. Sedangkan subsistem keluaran meliputi subsistem produk, subsistem tempat, subsistem promosi, subsistem harga dan subsistem bauran terintegrasi.

Mengacu pada rumusan masalah, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan manajer dan pegawai yang terkait dengan obyek penelitian. Dokumen yang diperoleh yaitu dokumen umum mengenai perusahaan dan dokumen khusus yang terkait dengan obyek penelitian. Pengamatan langsung atau observasi dilakukan di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Sistem Informasi Pemasaran produk layanan *phone - banking* pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri kurang memadai. Hal ini ditunjukkan kurangnya data dan informasi masukan (terutama untuk SIA dan subsistem intelijen pemasaran) yang relevan dengan keputusan yang akan diambil melalui sistem informasi pemasaran. Kurangnya data dan informasi yang relevan, mengakibatkan keluaran yang dihasilkan kurang optimal, sehingga ada kemungkinan bahwa keluaran masih memiliki kelemahan.