

**PERENCANAAN STRATEGI SISTEM INFORMASI UNTUK
MENINGKATKAN STRATEGI PEMASARAN BUAH SAWIT PADA PT.
ROLESYA GROUP KABUPATEN ROKAN HULU RIAU**

YORES ROLESA

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 112200903507@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

Perkembangan pasar yang semakin kompetitif dan persaingan bisnis yang semakin kompleks dan ketat telah menghadirkan tantangan baru bagi setiap perusahaan. Kecepatan menjadi masalah yang patut diperhatikan bagi perusahaan terutama mengenai cara perusahaan tersebut mendapatkan dan mengevaluasi informasi yang tersedia dengan cepat dan realtime. Semua perusahaan dalam pembangunan dan pengembangannya memerlukan informasi agar dapat memaksimalkan pengambilan keputusan baik yang bersifat operasional maupun terutama yang bersifat strategis untuk semua masalah disetiap fungsi manajemen. Seperti kenyataannya selama ini Perusahaan Penyaluran Kelapa Sawit PT. Rolesya Group masih menggunakan sistem informasi yang manual. Untuk pencapaian target penjualan yang tinggi dan tepat waktu, maka dalam laporan tugas akhir ini penulis akan membuat Perencanaan Strategis Sistem Informasi untuk meningkatkan Strategi Pemasaran Buah Kelapa Sawit pada PT. Rolesya Group. Perencanaan ini bertujuan agar bisa mendapatkan solusi yang diperlukan secara efektif, efisien dan sistemik bagi setiap masalah pemasaran buah sawit. Perencanaan Strategis ini menggunakan analisis SWOT sebagai metode untuk mendapatkan strategi bisnis dan mengetahui posisi perusahaan saat ini. Solusi yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebuah grand strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menerapkan sistem informasi pada proses bisnis PT. Rolesya Group. Seperti yang pada umumnya dipahami, peranan sistem informasi diperlukan untuk mendapatkan informasi yang cepat dan tepat tersebut.

Kata Kunci : Perencanaan Strategis, SWOT, Sistem Informasi, manajemen, strategi pemasaran.

STRATEGY PLANNING INFORMATION SYSTEM TO IMPROVE PALM OIL FURUIT MARKETING STRATEGY IN ROLESYA GROUP ROKAN HULU RIAU

YORES ROLESA

*Program Studi Sistem Informasi - S1, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 112200903507@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRACT

Market developments are more competitive each day, and the competition of business are more and more complex and tighter have brought a new challenge for every company. Speed, has become a concern for companies, especially on how the company obtaining and evaluating information provided in fast and real-time ways. Every company's build and growth needs information in order to optimize the making of a well-made decision which is operationally or strategically god for every problem in every management function. As a matter of fact, for all times, The Palm Oil Distributor Company, PT. Rolesya Group uses a manual information system. To achieve a higher sales target in time, therefore in this final task the writer intends to create a Strategic Information System Planning in order to increase The Marketing of Oil Palm Coconut in PT. Rolesya Group. This plan is aiming to achieve a solution needed effectively, efficiently and systematically for every problem in selling the palm oil coconut. This strategic plan uses SWOT analysis as the method to get a business strategy and to find out the company's position at the moment. The solution obtained from this study is a grand strategy that can be used by the company in applying information system on the business process in PT. Rolesya Group. As known abroad, the rle of information system needed in order to obtain those fast and accurate information.

Keyword : Strategic Planning, SWOT, Information Systems, management, marketing strategy.