**ANALISIS DIMENSI *BUSINESS TO BUSINESS* (B2B)**

**PADA PT SEMUNAI SAWIT PERKASA KABUPATEN BENGKALIS**

**Aprianita Selvia Lumba Raja**

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan dimensi *Business To Business* (B2B) pada PT Semunai Sawit Perkasa Kabupaten Bengkalis. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini termasuk dalam jenis *purposive sampling*, dimana penulis berwawancara dengan perwakilan dari pihak eksternal perusahaan PT Semunai Sawit Perkasa yaitu *customers* perusahaan yang sudah ditentukan berdasarkan ketentuan. Jumlah populasi pada penelitian ini ada empat yang di antaranya adalah: PT Intibenua Perkasatama, PT Intan Sejati Andalan, PT Sari Dumai Sejati (anak perusahaan dari Apical Group), dan PT Ivo Mas Tunggal (anak perusahaan dari Sinar Mas / SMART Tbk.). Terdapat dua orang yang bersangkutan sesuai judul penulis dan berhubungan berdampak langsung terhadap perusahaan untuk dijadikan sampel pengambilan penelitian. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara dua sampel yang sudah dipilih. Pada penelitian ini menggunakan variabel *business to business* (B2B) dengan dimensi yaitu tujuan pertukaran (indikator: memperoleh lab, mendapatkan informasi dari pelanggan, dan membina hubungan jangka panjang), karakteristik komunikasi (indikator: cakupan komunikasi, sasaran komunikasi, interaksi, dan kemitraan), sasaran manajerial (indikator: upaya menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menjalin hubungan dengan pelanggan baik, dan *marketing coordination* dengan sejumlah pihak), fokus manajerial (indikator: penawaran produk massal dan penawaran produk individu), investasi manajerial (indikator: sasaran relasi jaringan bisnis), dan jenjang manajerial (indikator: tim khusus pemasaran, pimpinan perusahaan, dan tim non-pemasaran. Analisis dimensi dan indikator memberikan hasil baik, namun ada indikator yang sebaiknya diperbaiki oleh perusahaan, yaitu pada dimensi investasi manajerial dalam menginvestasikan produk, harga, promosi, dan aktivitas distribusi. Hasil dari enam dimensi tersebut memberikan lima dimensi baik, sedangkan satu dimensi yaitu investasi manajerial tidak baik dan perlu adanya perbaikan.

**Kata Kunci**: *business to business*, perusahaan kelapa sawit



***BUSINESS TO BUSINESS (B2B) DIMENSION ANALYSIS***

***AT PT SEMUNAI SAWIT PERKASA BENGKALIS REGENCY***

**Aprianita Selvia Lumba Raja**

# *Abstract*

*This study aims to determine the application of the Business To Business (B2B) dimension at PT Semunai Sawit Perkasa, Bengkalis Regency. The sampling method in this study belongs to the type of purposive sampling, where the authors interviewed representatives from external parties of the company PT Semunai Sawit Perkasa, namely the company's customers who had been determined based on the provisions. The total population in this study was four, including: PT Intibenua Perkasatama, PT Intan Sejati Andalan, PT Sari Dumai Sejati (a subsidiary of Apical Group), and PT Ivo Mas Tunggal (a subsidiary of Sinar Mas / SMART Tbk.). There are two people who are concerned according to the author's title and have a direct impact on the company to be used as research samples. Primary data collection was done by interviewing two selected samples. This study uses business to business (B2B) variables with dimensions, namely the purpose of exchange (indicators: obtaining labs, obtaining information from customers, and fostering long-term relationships), communication characteristics (indicators: communication coverage, communication objectives, interactions, and partnerships) , managerial goals (indicators: efforts to attract new customers, retain existing customers, establish good customer relations, and marketing coordination with a number of parties), managerial focus (indicators: mass product offerings and individual product offerings), managerial investment (indicators: target business network relations), and managerial level (indicators: special marketing team, company leadership, and non-marketing team. Dimensional analysis and indicators give good results, but there are indicators that the company should improve, namely the managerial investment dimension in investing products , prices, promotions, and distribution activities.Results of the six dimensions provide five good dimensions, while one dimension is managerial investment that is not good and needs improvement.*

***Keywords***: *business to business*, *palm oil company*