

PENERAPAN *BUSINESS TO BUSINESS* (B2B) PADA PT MULTI KARYA RAHARJA BEKASI

Anjas Maryanto

Abstrak

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *business to business* pada PT Multi Karya Raharja Bekasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini masuk dalam *non probability sampling* dimana teknik tersebut merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden dari penelitian ini adalah staf *marketing* PT Multi Karya Raharja Bekasi. Pengambilan data menggunakan data primer dengan cara wawancara langsung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dijabarkan secara deskriptif. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa penerapan *business to business* pada PT Multi Karya Raharja Bekasi berdasarkan dimensi yang digunakan dalam praktik *business to business*, Tujuan Pertukaran, Karakteristik Komunikasi, Sasaran Manajerial, Fokus Manajerial, Investasi Manajerial, Jenjang Manajerial.

Kata Kunci: *Business to Business Marketing*

9/4 '23


IMPLEMENTATION OF BUSINESS TO BUSINESS (B2B) AT PT MULTI WORKS OF RAHARJA BEKASI

Anjas Maryanto

Abstract

This study aims to determine the application of business to business at PT Multi Karya Raharja Bekasi. The method used in this study is included in non-probability sampling where the technique is a sampling technique with certain considerations. The respondents of this study were PT Multi Karya Raharja Bekasi's marketing staff. Retrieval of data using primary data by way of direct interviews. The method used in this study uses a qualitative method which is described descriptively. The results of this study explain that the application of business to business at PT Multi Karya Raharja Bekasi is based on the dimensions used in business to business practices, Exchange Objectives, Communication Characteristics, Managerial Targets, Managerial Focus, Managerial Investment, Managerial Level.

Keywords: Business to Business Marketing