

# **ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN *BUSINESS TO BUSINESS* (B2B) PADA PT TELEPERFORMANCE YOGYAKARTA**

**Khauliatul Hayati**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran *business to business* (B2B) pada PT Teleperformance Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan pertimbangan dan karakteristik tertentu. Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur. Data primer bersumber dari hasil wawancara *manager marketing*, *marketing communication* dan *staff branding*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan perusahaan menerapkan strategi pemasaran *business to business* dengan menjaga hubungan jangka panjang, mempertahankan loyalitas pelanggan, memberikan layanan produk jasa yang terbaik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mitra bisnis, meningkatkan layanan kualitas tenaga kerja, melakukan inovasi produk layanan, menjaga komunikasi secara personal dengan mitra bisnis, melakukan komunikasi dengan pasar masal melalui media sosial *Instagram*, menerapkan program pemasaran CSR, dan membentuk tim khusus pemasaran.

**Kata Kunci:** *Business to Business (B2B), Strategi Pemasaran*

 13/10 '23

**AN ANALYSIS OF BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B) MARKETING  
STRATEGY IN TELEPERFORMANCE YOGYAKARTA INC**

***Khauliatul Hayati***

***Abstract***

*This research aimed to determine the business to business (B2B) marketing strategy implementation in Teleperformance Yogyakarta Inc. The sample collection technique used purposive sampling, and the sample determined on specific considerations and characteristics. This research used the structural interview method. The primary data was from interview with the marketing manager, marketing communication, and branding staff. The analysis technique used in this research was business to business marketing strategy by maintaining long-term relationships, keeping customer loyalty, providing the best service products in following the wants and needs of business partners, improving workforce quality services, innovating service products, maintaining personal communication with business partners, communicating with the mass market through social media of Instagram, implementing CSR marketing programs, and forming a special marketing team.*

***Keywords:*** *Business to Business (B2B), Marketing Strategy*