

PENERAPAN PEMBELIAN PASAR BISNIS PADA PRODUK BENANG UNIT *SPINNING* PT. APAC INTI CORPORA

Nanda Muchammad Fadhilah

Abstrak

Karya ilmiah ini akan membahas mengenai proses, situasi, kondisi dan lingkungan yang ada di sekitar perusahaan lalu mengimplementasikannya ke dalam pembelian perusahaan, selain itu penelitian ini akan membahas mengenai keselarasan tujuan perusahaan dengan situasi, kondisi dan lingkungan yang ada. Metode dalam analisis laporan Tugas Akhir ini penulis menerapkan metode kualitatif deskriptif, untuk mengetahui penerapan pembelian bisnis dari segi pemasaran dalam perusahaan berupa pembelian bisnis serta proses yang dilakukan pembeli untuk mendapatkan benang dalam skala besar. Pembelian bisnis dari segi analisis juga dijelaskan, berkaitan dengan aspek lingkungan baik internal maupun eksternal, kesediaan konsumen untuk membeli barang dari perusahaan dan kesediaan *end user* membeli produk yang akan berujung pada pembelian benang perusahaan Apac Inti Corpora. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fluktuatifnya penjualan bisnis perusahaan Apac Inti Corpora terjadi karena faktor lingkungan dari individu atau masyarakat yang ada di Indonesia meningkat secara pendapatan, dan secara lingkungan individu atau masyarakat sangat mendukung untuk melakukan pembelian benang karena perubahan dan peningkatan gaya hidup berpakaian membuat tingginya minat konsumen tekstil. Pada lingkungan perusahaan, ancaman datang dari produsen benang luar negeri yang merusak pasar benang di Indonesia beberapa tahun terakhir ini.

Kata Kunci: *Pembelian Pasar Bisnis, End User*

IMPLEMENTATION OF BUSINESS MARKET PURCHASE IN SPINNING UNIT YARN PRODUCTS AT PT. APAC INTI CORPORA

Nanda Muchammad Fadhilah

Abstract

This paper will discuss the processes, situations, conditions and environment that surround the company and then implement it into the purchase of the company. In addition, this research will discuss the alignment of the company's objectives with the situation, conditions and environment. The analysis method applied is a qualitative descriptive method. It is used to determine the application of business purchases in terms of marketing within the company in the form of business purchases and the process carried out by buyers to get large-scale yarn. Business purchases in terms of analysis are also explained, relating to both internal and external environmental aspects, consumers' willingness to buy goods from the company and the willingness of end users to buy products that will lead to the yarn purchase from PT Apac Inti Corpora. The results of this study indicate that the fluctuations in the sale business of PT Apac Inti Corpora occur because the environmental factors of individuals or communities in Indonesia are increasing in income, and environmentally individuals or communities are very supportive to purchase yarns because changes and improvement in dress lifestyle give rise to the consumers 'high interest in textile . In the corporate environment, the threat comes from foreign yarn producers that have damaged the yarn market in Indonesia in recent years.

Keywords: *Business Market Purchases, End Users*