

## **PENERAPAN *BUSINESS TO BUSINESS* PADA PT. BAGASKARA SEMESTARAYA INTERNASIONAL YOGYAKARTA.**

**Rama Dandi**

### **Abstrak**

Strategi pemasaran *business to business* merupakan strategi pemasaran produk atau jasa antar badan bisnis dengan karakteristik yaitu penjualan dalam jumlah yang banyak dan biasanya dengan harga yang khusus, karena pembelian dilakukan guna dijual kembali. Dalam hal ini PT. Bagaskara Semestaraya Internasional Yogyakarta merupakan perusahaan yang melayani kebutuhan anak-anak akan susu dan vitamin penambah nafsu makan anak. Di sini PT. Bagaskara Semestaraya Internasional akan melaksanakan penerapan *business to business* guna meningkatkan omset penjualan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami penerapan *business to business* pada PT. Bagaskara Semestaraya Internasional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan observasi, wawancara, mencatat, mengolah, dan menyajikan data untuk memberikan gambaran tentang keadaan yang sebenarnya terkait perusahaan beserta pelaksanaan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *business to business* PT. Bagaskara Semestaraya Internasional dengan menerapkan tarif khusus (*special price*) kepada pasar bisnis di mana harga khusus tersebut merupakan harga yang telah ditetapkan oleh manajemen perusahaan. Selain itu PT. Bagaskara Semestaraya Internasional juga melakukan komunikasi dengan pelanggan, khususnya kepada pelanggan yang potensial demi meningkatkan volume penjualan. Dengan pelaksanaan penerapan *business to business* pada PT. Bagaskara Semestaraya Internasional, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas dan penghematan waktu dalam melakukan transaksi sehingga yang pada akhirnya berdampak pada berkurangnya biaya. PT. Bagaskara Semestaraya Internasional menerapkan bauran pemasaran yang dilakukan meliputi: produk, harga, promosi, dan saluran distribusi.

**Kata Kunci:** *Business to Business, Strategi Pemasaran, Special Price*

## **APPLICATION OF BUSINESS TO BUSINESS AT BAGASKARA SEMESTARAYA INTERNASIONAL YOGYAKARTA COMPANY**

**Rama Dandi**

### **Abstract**

*Marketing Strategy Business to business is a marketing strategy for products or services between business entities with characteristics, namely: sales in large quantities, and usually at a special price, because purchases are made to resell. In this case, Bagaskara Semestaraya Internasional Yogyakarta is a company that serves the needs of children for milk and vitamins to increase appetite for children, Here, Bagaskara Semestaraya Internasional Company implements business to business in order to increase sales turnover. The purpose of this study was to find out and understand the application of business to business at Bagaskara Semestaraya Internasional Company. This study uses descriptive qualitative research methods, by note taking, processing, and presenting data to provide a general description of the actual state of the company and its implementation. The Result of Discussion showed that the implementation of the application of business to business that is run and applied by the Bagaskara Semestaraya Internasional Company by applying special rates (special prices) to the business market of which the price was set by the management of Bagaskara Semestaraya Internasional Company. Besides that, Bagaskara Semestaraya Internasional Company also communicates with customers, especially potential customers to increase sales volume. With the implementation of business to business implementation at Bagaskara Semestaraya Internasional Company, the company can get large and potential work productivity and save time in making transactions so that costs are incurred. Bagaskara Semestaraya Internasional Company applies the mixed marketing that includes the products, prices, promotions, and distribution channels.*

**Keyword:** *Business to Business, Marketing Strategy*