

## **PENERAPAN *BUSINESS TO BUSINESS* PADA PT. MADUBARU YOGYAKARTA**

**Hari Pranata**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan secara mendalam mengenai *business to business marketing* pada PT. Madubaru Yogyakarta. *Business to business* (B2B) adalah kegiatan yang memfasilitasi terjadinya pertukaran produk atau jasa dengan pedagang mencakup semua perusahaan yang membeli barang atau jasa untuk disewakan atau dipasok kepada konsumen lain. Fokus utama B2B adalah perilaku pembelian dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Hasil dari penelitian ini adalah meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, pemasaran selain *personal selling*, dan pengarahan kepada pelanggan serta menerapkan sistem kontrak dan kerjasama. Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan maksud menggambarkan kejadian atau fakta yang terdapat di suatu objek penelitian dengan cara melakukan wawancara dan observasi dan kemudian menganalisis data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian dan kemudian membandingkan dengan teori-teori. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penerapan *business to business* yang diterapkan oleh PT. Madubaru telah melaksanakan pemasaran produknya, karena pasar yang dituju adalah distributor, grosir, pedagang eceran atau konsumen industri sudah cukup baik.

**Kata Kunci :** *Business To Business Marketing, PT. Madubaru Yogyakarta*

**THE IMPLEMENTATION OF BUSINESS TO BUSINESS IN PT.  
MADUBARU YOGYAKARTA**

***Hari Pranata***

***Abstract***

*The objective of this study is to describe in depth about business to business marketing. Business to business marketing is activities that facilitates the exchange of products or services with customers including all companies that buy goods or services to be leased or supplied to other consumers. B2B primary focus on purchasing behavior and marketing mix. The results of this study are to improve good relations with customers, marketing besides personal selling, and directing to customers and implementing a system of contracts and cooperation. This research uses descriptive method with qualitative approach with the intent of describing the event of facts contained in an object of research by conducting interviews and observations and then analyzing the data obtained from the test site and then comparing theories. From this study it can be concluded that the overall implementation of business to business by PT. Madubaru has succeeded the marketing of its products, because the targeted market are distributors, wholesalers, retailers or industrial consumers.*

***Keywords:*** *Business to Business Marketing*