

PENERAPAN BUSINESS TO BUSINESS MARKETING PADA PT ANDRAWINA DARMA MANUNGGAL MULYA YOGYAKARTA

Ana Lavenia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan secara mendalam mengenai business to business marketing pada PT Andrawina Darma Manunggal Mulya Yogyakarta. Business to business (B2B) adalah kegiatan yang memfasilitasi terjadinya pertukaran produk atau jasa dengan pelanggan mencakup semua perusahaan yang membeli barang atau jasa untuk disewakan atau dipasok kepada konsumen lain. Fokus utama B2B adalah menysasar pada pelanggan bisnis mulai dari pelanggan bisnis besar, menengah sampai pelanggan bisnis pemula (start up). Ketika akan melakukan B2B marketing, perusahaan menganalisis peserta konsumen dalam proses pusat pembelian (buying center), meliputi initiator, user, pihak yang mempengaruhi, decider, approver, dan buyer. Hasil dari penelitian ini adalah meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, pemasaran selain personal selling, dan pengarahan kepada pelanggan serta menerapkan sistem kontrak.

Kata Kunci: *Business to Business Marketing, Buying Center, Start Up*

Abstract

The objective of this study is to describe in depth about business to business marketing. Business to Business Marketing is activities that facilitate the exchange of product or services with customers includes all companies that buy goods or services for lease or supplied to other consumers. B2B primary focus on targeting business customers ranging from large medium business customer to novice business customers (start up). When going to B2B, the company analyzes the customers participants in the central buying process including initiator, user, those who influence, decider, approver and buyer. The result of rhis research are to improve relationship with customers, marketing in addition to personal selling, and direction to customer and implemen the contract system.

Keywords: *Business to Business Marketing, Buying Center, Start Up*