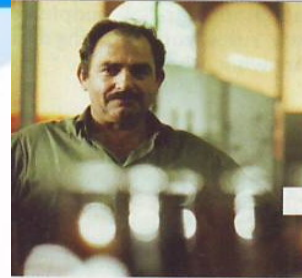


Materi-5

Menganalisis Pasar Bisnis



Welcome to You, Inc.

One thing is constant in business. It's change. New competitors appear daily. And customers are always demanding more. How do you keep up? Welcome to You, Inc., a smart, new way of doing business with highly secure Cisco networks designed for small to medium-sized businesses. Today, people like you are Web conferencing Shanghai in a mouse click. And tracking inventory in Ottawa from a cab in New York. It's a world of constant change and unprecedented opportunity. Find out what businesses like yours are doing at cisco.com.

welcome to
the human network.



Pertanyaan yang akan kita jawab

1. Apakah pasar bisnis itu, dan apa bedanya dengan pasar konsumen?
2. Apa situasi pembelian yang dihadapi pembeli organisasional?
3. Siapa yang berpartisipasi dalam proses pembelian bisnis-ke-bisnis?
4. Bagaimana pembeli bisnis mengambil keputusan mereka?

Pertanyaan yang akan kita jawab

5. Bagaimana perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan bisnis?
6. Bagaimana pembeli institusional dan badan pemerintah melakukan pembelian mereka?

Pembelian Organisasional

- Definisi : proses pengambilan keputusan dimana melalui proses ini organisasi formal menetapkan apakah mereka perlu membeli produk/jasa dan mengidentifikasi, mengevaluasi serta memilih merek dan pemasok

Pasar Bisnis

- Pasar bisnis terdiri dari semua organisasi yang mendapatkan barang dan jasa yang digunakan untuk memproduksi produk/jasa lain yang kemudian dijual/disewakan/dipasok ke organisasi lain
- Karakteristik pasar bisnis :
 - Pembeli yang lebih sedikit tetapi lebih besar
 - Hubungan pemasok-pelanggan erat
 - Pembelian profesional
 - Pengaruh pembelian berganda
 - Panggilan penjual berganda
 - Permintaan turunan
 - Permintaan inelastis
 - Permintaan berfluktuasi
 - Pembeli terkonsentrasi secara geografis
 - Pembelian langsung



Situasi Pembelian

- Pembelian kembali secara langsung : departemen pembelian langsung melakukan pembelian ulang dari pemasok yang disetujui
- Pembelian kembali modifikasi : departemen pembelian melakukan modifikasi spesifikasi
- Tugas baru : pembeli membeli jasa/produk untuk pertama kali

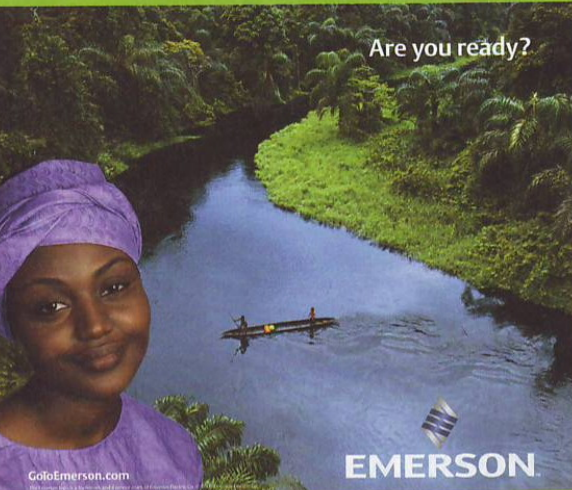
Pembelian sistem :
pembelian solusi total suatu masalah dari satu penjual.



Pusat Pembelian

Saving lives will mean refrigerating blood and vaccines where no power grids exist.

Are you ready?



Go to emerson.com

EMERSON

CONSIDER IT SOLVED

Network Power • Process Management • Climate Technologies • Storage Solutions • Industrial Automation • Motor Technologies • Appliance Solutions • Professional Tools

- Pusat pembelian : unit pengambil keputusan dari organisasi pembelian
- Meliputi semua anggota organisasi :
 - Pencetus (initiator)
 - Pengguna (user)
 - Pihak yang mempengaruhi (influencer)
 - Pengambil keputusan (decider)
 - Pemberi persetujuan (approver)
 - Pembeli (buyer)
 - Penjaga gerbang (gate keeper)
- Pengambil keputusan adalah individu, bukan organisasi (Webster)
- Penjual kecil berkonsentrasi menjangkau influencer kunci, sementara penjual besar melakukan penjualan multilevel yang mendalam

Proses Pembelian (Procurement)

- Usaha pembeli bisnis mendapatkan paket manfaat tertinggi dengan membandingkan dan menerjemahkan semua biaya dan manfaat ke istilah moneter
- Tugas pemasar : menghantar nilai pelanggan yang unggul kepada pembeli sasaran
- Departemen Pembelian : misi saat ini adalah mencari nilai terbaik dari pemasok yang lebih sedikit dan lebih baik
- Mulai dilakukan pemusatan pembelian bahan yang digunakan serta mendesentralisaikan barang kecil

Tahap Proses Pembelian

		Buyclasses		
		New Task	Modified Rebuy	Straight Rebuy
BUYPHASES	1. Problem recognition	Yes	Maybe	No
	2. General need description	Yes	Maybe	No
	3. Product specification	Yes	Yes	Yes
	4. Supplier search	Yes	Maybe	No
	5. Proposal solicitation	Yes	Maybe	No
	6. Supplier selection	Yes	Maybe	No
	7. Order-routine specification	Yes	Maybe	No
	8. Performance review	Yes	Yes	Yes

Hubungan dalam Bisnis-ke-Bisnis

- Dibedakan oleh alternatif, pentingnya dan kompleksitas pasokan, dinamisme pasar
- Hubungan pembeli-pemasok digolongkan menjadi :
 - Pembelian dan penjualan dasar
 - Pembelian per elemen
 - Transaksi kontraktual
 - Pasokan pelanggan
 - Sistem kerjasama
 - Kolaboratif
 - Adaptif di kedua pihak
 - Pelanggan adalah raja

Menciptakan kepercayaan adalah salah satu syarat hubungan jangka panjang yang sehat

Risiko dan Oportunisme

- Koordinasi vertikal : memperkuat ikatan pelanggan-penjual, sekaligus meningkatkan risiko terhadap investasi khusus
- Investasi khusus : pengeluaran yang dirancang khusus untuk perusahaan tertentu dan mitra rantai nilai
- Risiko : adanya *sunk investment*
- Oportunisme : Penghindaran/perbuatan curang dengan tidak menghantar nilai yang diharapkan

Pasar Lembaga dan Pemerintah



- Pasar institusional : lembaga yang harus menyediakan barang dan jasa kepada orang yang mereka urus
- Anggaran yang rendah dan pelanggan yang captive
- Cenderung diharuskan banyak pekerjaan administratif serta lebih menyukai penawaran terbuka
- Penyesuaian penawaran dengan kebutuhan dan prosedur khusus

Pasar Lembaga dan Pemerintah

- Keluhan :
 - negara memperlihatkan favoritisme kepada perusahaan nasional
 - Birokrasi, regulasi, penundaan pengambilan keputusan, pergantian personel pengadaan