

Apa perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis?

Pasar konsumen adalah sekelompok konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk di gunakan sendiri, tetapi bukan untuk di jual atau di proses lebih lanjut.

Dalam pasar ini karkarakteristik konsumen dipengaruhi oleh beberapa aspek, diantaranya aspek sosial, budaya, psikologis dan pribadi. Dalam kata lain pasar konsumen juga bisa disebut B2C

Sedangkan,

Pasar Bisnis adalah proses pertukaran barang antara perusahaan satu dengan yang lain untuk memproduksi produk yang tujuan nya di jual kembali pada pihak lain agar dapat keuntungan.

Dalam dunia usaha khususnya transaksi komersial dibedakan menjadi dua macam pasar yaitu pasar konsumen dan pasar bisnis.

pasar konsumen adalah sekelompok konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk digunakan sendiri, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Pasar ini umumnya kita temui dalam kehidupan sehari-hari dan terdiri dari konsumen perseorangan atau rumah tangga.

Pasar bisnis adalah proses pertukaran barang antara penjual dan pembeli, namun pembeli tidak memakai barang tersebut untuk dipakai kesehariannya melainkan untuk dijual kembali kepada pihak selanjutnya dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut.

Dari uraian singkat di atas, saya dapat menarik kesimpulan bahwa perbedaan antara pasar konsumen dan pasar bisnis terletak pada tujuan pembeliannya. Kalau pasar konsumen itu untuk dipakai sendiri, tapi kalau pasar bisnis, barang yang dibeli digunakan untuk dijual kembali untuk mendapatkan untung.

**NAMA : ANGGA WIRANATA**  
**NIM : 202510043**  
**M.KULIAH : EKONOMI MANAGERIAL**

## **TUGAS 6**

Apa perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis?

Jawab :

**Pasar bisnis (*Business Market*)** merupakan semua organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dipergunakan dalam memproduksi produk atau dengan tujuan dijual lagi atau disewakan kepada pihak lain dengan mengambil untung. Ini artinya sang pembeli tidak menggunakan langsung barang yang dibelinya melainkan akan digunakan untuk produksi produk baru yang akan dijual, disewakan, atau dipasok kepada pihak lain.

Industri utama yang membentuk adanya pasar bisnis adalah pertanian, kehutanan, perikanan, pertambangan, perusahaan manufaktur dan konstruksi, transportasi, komunikasi, sarana umum, perbankan, keuangan dan asuransi, distribusi, dan lain sebagainya.

Berdasar pengertian dan contoh industrinya, dapat dilihat bahwa pasar bisnis adalah pasar yang besar dan melibatkan jumlah uang dan barang yang banyak. Sebagai contoh, sebuah perusahaan pembuat ban tentu akan membeli karet dari petani besar dan peralatan penunjang lain. Kemudian setelah jadi, mereka akan memasok ban tersebut kepada penjual pabrik perakitan kendaraan atau kepada pengecer. Di pabrik perakitan kendaraan, ban akan dipasang sehingga dihasilkan produk baru berupa kendaraan.

Sedangkan

**Pasar konsumen** adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi sendiri, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Ini artinya, pasar jenis ini adalah jenis pasar yang lumrah kita jumpai dalam kehidupan rumah tangga (non bisnis).

Pada pasar konsumen, perilaku pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Diantara keempat hal tersebut, faktor yang dipercaya paling berpengaruh adalah faktor budaya. Budaya menjadi penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Dalam budaya, terdapat sub-budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosial yaitu diantaranya adalah agama, kebangsaan, ras, dan wilayah geografis.

Faktor lain yang mempengaruhi adalah faktor sosial yang diantaranya terkait keluarga, kelompok acuan, serta peran dan status sosial. Selanjutnya adalah faktor pribadi yang melingkupi usia, pekerjaan, lingkungan ekonomi, dan gaya hidup. Hal-hal ini berpengaruh penting dalam pemasaran karena perilaku konsumen dibentuk melalui hal-hal tersebut.

## **Perbedaan Pasar Bisnis dan Pasar Konsumen**

Untuk membedakan lebih detail lagi, berikut beberapa elemen yang menjadi acuan pembedanya.

### **1. 1. Struktur Pasar**

Pada pasar bisnis, biasanya berhubungan dengan pembeli dengan jumlah yang sedikit tetapi berkapasitas besar dibandingkan dengan pasar konsumen. Bahkan dalam pasar bisnis yang besar, beberapa pembeli sering mendominasi sebagian besar pembelian.

### **1. 2. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar antara pasar bisnis dan pasar konsumen pada dasarnya adalah sama. Hanya saja pada pasar bisnis dilakukan secara bertahap dengan urutan tahapannya yang sistematis.

### **1. 3. Karakteristik Permintaan**

Karakteristik permintaan yang menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah sifat permintaan, stabilitas permintaan, dan elastisitasnya. Berdasarkan sifat permintaannya, pasar bisnis termasuk permintaan turunan dari konsumen. Ini artinya, naik turunnya permintaan terhadap produk-produk bisnis dipengaruhi oleh besar kecilnya permintaan konsumen terhadap sesuatu.

Secara stabilitas permintaan, pasar bisnis lebih mudah terganggu dibanding pasar konsumen. Hal tersebut terjadi karena pembeli dalam pasar bisnis jumlahnya lebih sedikit namun skala pembelinya besar. Ini artinya penjual menggantungkan penjualannya kepada pembeli yang jumlahnya terbatas.

Sedangkan elemen elastisitas dimaksudkan kepada bagaimana harga mempengaruhi pembelian. Pada pasar bisnis permintaan total atas berbagai barang dan jasa tidak begitu dipengaruhi oleh perubahan harga. Contohnya perusahaan pembuat ban tidak berarti akan langsung menambah pembelian karet ketika harga karet turun.

### **1. 4. Tingkat Hubungan Pemasok dan Pelanggan**

Berbeda dengan pasar konsumen, dalam pasar bisnis hubungan antara pemasok atau penjual dengan pelanggan akan lebih erat karena pemainnya yang tidak banyak. Selain itu nilai bisnis yang besar menjadikan perlu interaksi yang lebih erat untuk menghindari konflik.

Selain itu, Biasanya pelaku pasar bisnis memiliki timbal balik dalam transaksinya. Sebagai contoh pabrik kertas yang membeli bahan kimia di perusahaan A, maka perusahaan A juga akan membeli kertasnya dari pabrik kertas tersebut.

### **1. 5. Proses Transaksi**

Pada pasar konsumen, keputusan dalam proses transaksi tentu tidak akan rumit. Berbeda dengan pasar bisnis dimana transaksi bersifat *multi-step* karena ada kebijakan, batasan, dan persyaratan atau instrumen yang perlu dipertimbangkan.

Pembelian pada pasar bisnis juga biasanya akan melibatkan pihak lainnya. Pengambilan keputusan dilakukan secara profesional sehingga usaha pembelian menjadi tidak sesederhana pada pasar konsumen.

#### **1. 6. Karakteristik Pemasaran**

Elemen lain yang juga menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah karakteristik pemasaran.

Pasar konsumen adalah transaksi pertukaran barang antara produsen dengan konsumen rumah tangga. Sedangkan, pasar bisnis adalah transaksi pertukaran barang yang terjadi antara satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk dijual kembali atau untuk dijadikan bahan baku produk.

1. Pasar bisnis (Business Market) merupakan semua organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dipergunakan dalam memproduksi produk atau dengan tujuan dijual lagi atau disewakan kepada pihak lain dengan mengambil untung. Ini artinya sang pembeli tidak menggunakan langsung barang yang dibelinya melainkan akan digunakan untuk produksi produk baru yang akan dijual, disewakan, atau dipasok kepada pihak lain.
2. Pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi sendiri, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Ini artinya, pasar jenis ini adalah jenis pasar yang lumrah kita jumpai dalam kehidupan rumah tangga (non bisnis).



bisnis adalah transaksi pertukaran barang yang terjadi antara satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk dijual kembali atau untuk dijadikan bahan baku produk. Sedangkan, pasar konsumen adalah transaksi pertukaran barang antara produsen dengan konsumen rumah tangga.

Istilah lain dari penyebutan pasar bisnis adalah *business-to-business* (B2B). Sedangkan untuk penyebutan pasar konsumen adalah *business-to-consumer* (B2C).

**pasar konsumen** adalah transaksi pertukaran barang antara produsen dengan **konsumen** rumah tangga.

Sedangkan **pasar bisnis** adalah transaksi pertukaran barang yang terjadi antara satu perusahaan dengan perusahaan lain untuk dijual kembali atau untuk dijadikan bahan baku produk

Nsma : Murni Arsela

NIM : 202510045

### **Soal Tugas :**

Apa perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis?

### **Jawaban Tugas :**

Untuk membedakan lebih detail lagi, berikut beberapa elemen yang menjadi acuan pembedanya.

#### 1. Struktur Pasar

Pada pasar bisnis, biasanya berhubungan dengan pembeli dengan jumlah yang sedikit tetapi berkapasitas besar dibandingkan dengan pasar konsumen. Bahkan dalam pasar bisnis yang besar, beberapa pembeli sering mendominasi sebagian besar pembelian.

#### 2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar antara pasar bisnis dan pasar konsumen pada dasarnya adalah sama. Hanya saja pada pasar bisnis dilakukan secara bertahap dengan urutan tahapannya yang sistematis.

#### 3. Karakteristik Permintaan

Karakteristik permintaan yang menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah sifat permintaan, stabilitas permintaan, dan elastisitasnya. Berdasarkan sifat permintaannya, pasar bisnis termasuk permintaan turunan dari konsumen. Ini artinya, naik turunnya permintaan terhadap produk-produk bisnis dipengaruhi oleh besar kecilnya permintaan konsumen terhadap sesuatu.

Secara stabilitas permintaan, pasar bisnis lebih mudah terganggu dibanding pasar konsumen. Hal tersebut terjadi karena pembeli dalam pasar bisnis jumlahnya lebih sedikit namun skala pembeliannya besar. Ini artinya penjual menggantungkan penjualannya kepada pembeli yang jumlahnya terbatas.

Sedangkan elemen elastisitas dimaksudkan kepada bagaimana harga mempengaruhi pembelian. Pada pasar bisnis permintaan total atas berbagai barang dan jasa tidak begitu dipengaruhi oleh perubahan harga. Contohnya perusahaan pembuat ban tidak berarti akan langsung menambah pembelian karet ketika harga karet turun.

#### 4. Tingkat Hubungan Pemasok dan Pelanggan

Berbeda dengan pasar konsumen, dalam pasar bisnis hubungan antara pemasok atau penjual dengan pelanggan akan lebih erat karena pemainnya yang tidak banyak. Selain itu nilai bisnis yang besar menjadikan perlu interaksi yang lebih erat untuk menghindari konflik.

Selain itu, Biasanya pelaku pasar bisnis memiliki timbal balik dalam transaksinya. Sebagai contoh pabrik kertas yang membeli bahan kimia di perusahaan A, maka perusahaan A juga akan membeli kertasnya dari pabrik kertas tersebut.

#### 5. Proses Transaksi

Pada pasar konsumen, keputusan dalam proses transaksi tentu tidak akan rumit. Berbeda dengan pasar bisnis dimana transaksi bersifat multi-step karena ada kebijakan, batasan, dan persyaratan atau instrumen yang perlu dipertimbangkan.

Pembelian pada pasar bisnis juga biasanya akan melibatkan pihak lainnya. Pengambilan keputusan dilakukan secara

profesional sehingga usaha pembelian menjadi tidak sederhana pada pasar konsumen.

#### 6. Karakteristik Pemasaran

Elemen lain yang juga menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah karakteristik pemasaran

**Sumber : <https://ukirama.com/en/blogs/apa-itu-pasar-bisnis-dan-pasar-konsumen-bagaimana-cara-membedakannya>**

Pasar konsumen adalah sekumpulan atau sekelompok pembeli yang membeli produk atau mengonsumsi suatu produk untuk dirinya sendiri bukan untuk di olah atau di perjual belikan kembali biasanya pasar ini banyak di kehidupan sehari hari.

Pasar bisnis adalah semua organisasi yang bergerak di bidang barang dan jasa yang biasanya dipergunakan untuk produksi atau di perjual belikan kembali oleh pembeli untuk mendapatkan keuntungan, jadi si pembeli menggunakan atau mengolah kembali barang atau jasa agar menjadi sebuah produk atau jasa dan dijual kembali ke pihak lain

Istilah lain dari penyebutan pasar bisnis adalah business-to-business (B2B). Sedangkan untuk penyebutan pasar konsumen adalah business-to-consumer (B2C). Berikut lima perbedaan mendasar antara kedua istilah tersebut:

1 Kebutuhan Bisnis vs Keinginan Konsumen

2 Kuantitas Pelanggan

3 Tingkat Kedekatan dengan Pelanggan

4 Proses Transaksi

5 Bentuk Produk

Kebutuhan Bisnis vs Keinginan Konsumen

Kebanyakan barang atau produk yang konsumen inginkan adalah produk yang beredar di pasar bebas, yang bahkan mungkin tidak benar-benar menjadi kebutuhan konsumen. Seperti layanan entertainment, barang-barang elektronik, atau paket perjalanan liburan. Perilaku konsumen biasanya didasarkan pada karakteristik seperti style, mode, atau hal lain yang bersifat “gengsi”. Faktor emosional memainkan peran besar dalam keputusan pembelian konsumen. Jadi, pemasaran konsumen berfokus pada bagaimana merangsang perilaku pembelian konsumen melalui pesan persuasif dan investasi media (promosi) untuk menghasilkan permintaan konsumen.

Sebaliknya, perusahaan sebagai produsen biasanya siap untuk membeli solusi untuk kebutuhan bahan baku yang diperlukan untuk operasi sehari-hari atau untuk memecahkan masalah bisnis tertentu terkait efisiensi biaya. Kebutuhan mereka benar-benar terukur dan terorientasi sesuai perencanaan. Karakteristik seperti kinerja produk jauh lebih penting daripada citra produk yang berlaku di pasar konsumen. Pembeli pada pasar bisnis kurang berlaku emosional dan lebih berorientasi pada target operasional perusahaan. Mereka hanya memikirkan masalah bagaimana menemukan pemasok yang paling dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.

Kuantitas pelanggan

Cakupan area pasar bisnis cenderung lebih kecil daripada pasar konsumen. Mungkin pelaku pasar di Pasar Bisnis hanya dapat menargetkan ratusan pelanggan, tetapi dalam pasar konsumen dapat berjumlah sampai jutaan pelanggan. Karena ukurannya yang lebih kecil, sering kali dimungkinkan untuk mengidentifikasi dan memetakan profil semua jenis prospek dari tiap pelaku pasar bisnis serta memberikan pendekatan dengan komunikasi pemasaran khusus.

Tingkat Kedekatan dengan Pelanggan

Dalam lingkungan pasar konsumen, komunikasi sering berakhir dengan transaksi jarak jauh yang dilakukan melalui toko ritel. Perusahaan sebagai produsen jarang melakukan kontak pribadi dengan konsumen. Sebaliknya dalam pasar bisnis, relasi antara pembeli dan penjual sangat dekat. Dalam banyak kasus, penjual atau pemasok mengunjungi pelanggan atau perusahaan secara langsung dan menjalin hubungan bisnis dalam jangka waktu yang panjang.

Proses Transaksi

Pembeli pada pasar konsumen biasanya mengambil keputusan terkait proses transaksi yang tidak rumit. Sedangkan pembeli pada pasar bisnis sering melakukan proses transaksi multi-step, lebih rumit dibandingkan dengan proses transaksi pada pasar konsumen yang dilakukan secara profesional selama periode waktu tertentu.

## Bentuk Produk

Banyak produk dalam pasar bisnis yang memerlukan tingkat penyesuaian teknis, dari segi spesifikasi dan requirement yang tinggi untuk keperluan perusahaan. Bahkan produk sehari-hari, seperti mesin untuk faktor produksi, cenderung terlihat rumit dibandingkan produk-produk dalam pasar konsumen karena kebutuhan perusahaan yang mengharuskan memakai produk atau barang seperti itu. Kebutuhan pelanggan dalam pasar bisnis yang sangat beragam menentukan bentuk pemasaran yang bersifat intim dan juga termasuk jenis produk, pelayanan, dan harga yang disesuaikan. Bahkan proses transaksi dalam pasar bisnis, biasanya memerlukan beberapa tingkat penyesuaian terhadap kuantitas logistik, jasa pengiriman, dan cara pembayaran.

Pasar konsumen adalah sekumpulan atau sekelompok pembeli yang membeli produk atau mengonsumsi suatu produk untuk dirinya sendiri bukan untuk diolah atau diperjualbelikan kembali biasanya pasar ini banyak di kehidupan sehari-hari.

Pasar bisnis adalah semua organisasi yang bergerak di bidang barang dan jasa yang biasanya dipergunakan untuk produksi atau diperjualbelikan kembali oleh pembeli untuk mendapatkan keuntungan, jadi si pembeli menggunakan atau mengolah kembali barang atau jasa agar menjadi sebuah produk atau jasa dan dijual kembali ke pihak lain



## Tugas 6

Nama : SAWALUDIN

NIM : 202510031 / MM1A1

**Pertanyaan :**

**Apa perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis?**

**Jawaban :**

Perbedaan Pasar Konsumen dan Pasar bisnis sangatlah berbeda.

Pasar konsumen atau sering disebut *Business to Consumer* (B2C) adalah proses pertukaran barang antara produsen dengan sekelompok konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk digunakan sendiri dalam kehidupan sehari-hari rumah tangga.

Sedangkan Pasar bisnis atau sering disebut *Business to Business* (B2B) adalah proses pertukaran barang antara perusahaan satu dengan yang lain untuk dijadikan bahan produk yang tujuannya dijual atau di sewa kembali pada pihak lain agar mendapatkan keuntungan.

selain itu perbedaannya adalah :

1. Cakupan area pasar bisnis cenderung lebih kecil daripada pasar konsumen.
2. Stabilitas permintaan pasar bisnis lebih gampang terpengaruh dari pada pasar konsumen. dikarenakan konsumen pada pasar bisnis tidak begitu menonjol dari pada pasar konsumen.
3. Tingkat Hubungan Penyuplai dan Pelanggan pada pasar bisnis lebih dekat dari pada pasar konsumen.
4. Pada pasar konsumen kebijakan dalam metode transaksi dilakukan secara profesional selama kurun waktu tertentu. sedangkan metode transaksi pasar bisnis berjenis *multi step* karena ada strategi, batasan dan persyaratan atau perangkat yang perlu dimonitoring..

PASAR KONSUMEN adalah sekelompok konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk digunakan sendiri, tetapi bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut.

PASAR BISNIS adalah proses pertukaran barang antara perusahaan satu dengan yang lain untuk memproduksi produk yang tujuannya dijual kembali pada pihak lain agar mendapat keuntungan. Pasar bisnis merupakan pasar besar yang melibatkan barang dan uang dalam jumlah besar.

Perbedaan Pasar Konsumen dan Pasar Bisnis sebagai berikut :

#### 1. KEBUTUHAN

konsumen biasanya dilandasi berdasarkan karakteristik, misalnya trend dan gaya atau hal lain yang bersifat menjaga pamor atau harga diri.

Produsen pada pasar bisnis kurang berlaku emosional dan lebih menjurus pada target operasional perusahaan.

#### 2. PEMETAAN PASAR

Wilayah pasar bisnis lebih sempit daripada pasar konsumen.

#### 3. KARAKTERISTIK PASAR

Stabilitas permintaan pasar bisnis lebih gampang terpengaruh dari pada pasar konsumen. Hal tersebut dikarenakan konsumen pada pasar bisnis tidak begitu menonjol dari pada pasar konsumen.

#### 4. METODE TRANSAKSI

pasar konsumen kebijakan dalam metode transaksi tidak akan terlalu sulit. Karena transaksi dilakukan secara profesional selama kurun waktu tertentu.

Metode transaksi pasar bisnis yang berjenis multi step karena ada strategi, batasan dan persyaratan atau perangkat yang perlu dimonitoring.

#### 5. TINGKAT HUBUNGAN PENYUPLAI DAN PELANGGAN

Berbeda dalam pasar konsumen, pada pasar bisnis hubungan antara penyuplai atau distributor kepada pelanggan akan lebih dekat karena jumlah pelaku usaha tidak banyak.

**Pasar konsumen** adalah sekelompok konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk digunakan sendiri, tetapi bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut.

Pasar ini umumnya ditemui dalam kehidupan sehari-hari dan terdiri konsumen perorangan atau rumah tangga (non bisnis).

Aspek karakteristik pasar konsumen diantaranya aspek sosial, budaya, psikologis dan pribadi dan yang paling dominan adalah aspek budaya. Budaya menjadi pembatas kemauan dan kepribadian paling dasar. Aspek lain yang mempengaruhi adalah aspek sosial antara lain keluarga, kelompok pengarah, serta kedudukan dan taraf sosial. Untuk selanjutnya adalah tentang aspek pribadi yang mencakup umur, kawasan ekonomi, pekerjaan dan *lifestyle*.

**Pasar bisnis** adalah proses pertukaran barang antara perusahaan satu dengan yang lain untuk memproduksi produk yang tujuannya dijual kembali pada pihak lain agar mendapat keuntungan. Pembeli tidak memakai langsung barang yang dibeli tetapi dipakai untuk memproduksi barang baru yang akan di jual kembali, disewa atau di *supply* kepada pihak lain.

Dalam pasar bisnis terbentuk beberapa industri penting antara lain :

- Agrobisnis (pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan)
- Perbankan (keuangan dan asuransi)
- Pertambangan
- Komunikasi
- Distribusi
- Konstruksi
- Transportasi
- Sarana umum
- Perusahaan konstruksi
- Perusahaan manufaktur

### Perbedaan selanjutnya adalah dari segi :

#### 1. Fokus

Pasar Konsumen : berfokus pada bagaimana merangsang perilaku pembelian konsumen melalui pesan persuasif dan investasi media (promosi) untuk menghasilkan permintaan konsumen.

Pasar Bisnis : berfokus pada kinerja produk daripada citra produk. Pembeli pada pasar bisnis kurang berlaku emosional dan lebih berorientasi pada target operasional perusahaan.

#### 2. Kuantitas Pelanggan

Pasar Konsumen : Cakupan area pasar konsumen lebih besar

Pasar Bisnis : Cakupan area pasar bisnis cenderung lebih kecil

#### 3. Tingkat kedekatan dengan pelanggan

Pasar Konsumen : Komunikasi sering berakhir dengan transaksi jarak jauh yang dilakukan melalui toko ritel. Perusahaan sebagai produsen jarang melakukan kontak pribadi dengan konsumen.

Pasar Bisnis : relasi antara pembeli dan penjual sangat dekat. Dalam banyak kasus, penjual atau pemasok mengunjungi pelanggan atau perusahaan secara langsung dan menjalin hubungan bisnis dalam jangka waktu yang panjang.

#### 4. Proses Transaksi:

Pasar konsumen : Pembeli mengambil keputusan terkait proses transaksi yang tidak rumit.

Pasar bisnis : Pembeli sering melakukan proses transaksi multi-step, lebih rumit dibandingkan dengan proses transaksi pada pasar konsumen yang dilakukan secara profesional selama periode waktu tertentu.

## **5. Bentuk Produk**

Pasar Konsumen : Produknya lebih praktis, biasanya tidak memerlukan spesifikasi penyesuaian khusus.

Pasar Bisnis : Produknya memerlukan tingkat penyesuaian teknis, dari segi spesifikasi dan requirement yang tinggi untuk keperluan perusahaan. Bahkan produk sehari-hari, seperti mesin untuk faktor produksi, cenderung terlihat rumit.

Nama Mahasiswa S2: Wardiah Maryanti, S. Pd.

NIM: 202510029

Perbedaan pasar konsumen dan pasar bisnis:

Pasar adalah tempat bertemu antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi menjual suatu barang dan membeli suatu barang dengan menggunakan alat bayar tertentu.

Ada beberapa perbedaan mendasar antara pasar konsumen (PK) dan pasar bisnis (PB)

### **Nama**

PK; Sesuai dengan namanya pasar konsumen hanya melayani pembeli yang berbelanja untuk kebutuhannya sehari-hari.  
Pasar konsumen = pasar tradisional

PB: Pasar Bisnis sesuai dengan namanya pasar ini betul-betul dimaksudkan untuk orang yang akan berbisnis atau berusaha menjual kembali barang-barang yang di beli ke pasar konsumen

### **keadaan barang dagangan:**

PK: barang dagangan tersedia dalam jumlah kecil atau sedikit

PB: Barang dagangan tersedia dalam jumlah banyak {Lusinan, kodian bahkan partaian)

### **Harga**

PK: harga bisa berubah-ubah sesuai kondisi keadaan suatu tempat, bisa naik atau turun dalam waktu beberapa hari saja misal suasana menjelang hari raya, cuaca buruk, musim kemarau dll. Harga barang yang dijual lebih mahal karena dalam bentuk 1 lembar baju, 1 pasang sepatu, 1 kg dll

PB: Harga tidak mudah naik dan turun dalam waktu singkat. Harga lebih murah karena dijual dalam jumlah besar (Lusin, gros,kodi, kwintal, partai)

### **Tempat**

PK: Biasanya di sembarang tempat, misalnya di sebuah pemukiman penduduk yang cukup padat terletak dipinggir kota dan jauh dari pasar induk, maka masyarakatnya akan melakukan upaya mandiri membuat pasar kecil kalau di Palembang disebut pasar kalangan.

PB: hanya ada di tempat-tempat tertentu misalnya di pasar induk, pasar besar, pasar utama, pasar grosir

### **Penjual**

PK: bisa mengalami kerugian karena pasar konsumen ini sangat tergantung dengan wilayah geografis, bila hujan turun tiba-tiba dengan deras, maka sudah dipastikan akan sepi pembeli akibatnya penjual mengalami kerugian

PB: Penjual di pasar bisnis jarang mengalami kerugian karena pasar ini tidak tergantung dengan wilayah geografis, pembeli bisa memilih hari untuk membeli barangnya, jadi tidak terganggu dengan suasa hujan dan panas.

### **Pembeli**

PK: Pembeli di pasar konsumen berbelanja barang untuk kebutuhan sehari-hari

PB: Pembeli di pasar bisnis berbelanja barang tidak untuk kebutuhannya sehari-hari, tapi barang tersebut diolah untuk dijual atau disewakan kembali ke pasar konsumen, karena pembeli di pasar bisnis menjadi penjual di pasar konsumen

### **Pembayaran**

PK; pembeli melakukan pembayaran dengan penjual menggunakan uang cash dalam jumlah nominal yang sedikit (puluhan ribu, ratusan ribu)

PB: Pembeli melakukan pembayaran dengan penjual tidak menggunakan uang cash, tapi melalui mobile banking dan dalam jumlah nominal yang sangat besar (ratusan ribu, jutaan, ratus juta)

### **Hubungan antara penjual dan pembeli**

PK; Biasanya saling kenal tapi tidak terlalu dekat.

PB: Hubungan sangat baik, saling percaya dan sangat dekat.

### **Transaksi**

PK: Penjual dan pembeli bertemu langsung tanpa perantara

PB: Penjual dan pembeli tidak selalu bertemu langsung, karena biasanya waktu pembelian sudah terjadwal, hanya hubungan lewat telpon barang sudah bisa dikirim langsung ke pembeli

### **Pelaku pasar**

PK: hanya ada penjual dan pembeli

PB: Ada pemasok (Yang memiliki barang dagangan dalam jumlah besar), ada pembeli yang akan menjual kembali barang yg dibelinya ke pasar konsumen

### **Ruang lingkup**

PK: tidak memerlukan modal yang terlalu besar, tidak membutuhkan karyawan yang banyak

PB: Memerlukan modal yang sangat besar dan butuh karyawan yang sangat banyak

Bagaimana hubungan antara pasar konsumen dan pasar bisnis? pasar konsumen sangat dibutuhkan oleh pasar bisnis karena permintaan pasar bisnis sangat bergantung dengan permintaan pasar konsumen.

1. pasar konsumen adalah sekelompok konsumen yang melakukan pembelian sesuatu barang untuk digunakan sendiri, tetapi bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut yang dipengaruhi oleh aspek2 meliputi aspek sosial, budaya, psikologis dan pribadi
2. pasar bisnis adalah pasar yang didalamnya terdapat konsumen yang melakukan pembelian suatu barang untuk dipergunakan kembali atau dijual kepada pihak lain guna untuk mendapatkan keuntungan.

## **Perbedaan Pasar Bisnis dan Pasar Konsumen**

Pasar bisnis (*Business Market*) merupakan semua organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dipergunakan dalam memproduksi produk atau dengan tujuan dijual lagi atau disewakan kepada pihak lain dengan mengambil untung. Ini artinya sang pembeli tidak menggunakan langsung barang yang dibelinya melainkan akan digunakan untuk produksi produk baru yang akan dijual, disewakan, atau dipasok kepada pihak lain.

Sedangkan pasar konsumen merupakan Pasar konsumen adalah sekelompok pembeli yang membeli barang-barang untuk dikonsumsi sendiri, bukan untuk dijual atau diproses lebih lanjut. Ini artinya, pasar jenis ini adalah jenis pasar yang lumrah kita jumpai dalam kehidupan rumah tangga (non bisnis).

Untuk membedakan lebih detail lagi, berikut beberapa elemen yang menjadi acuan pembedanya.

### **1. 1. Struktur Pasar**

Pada pasar bisnis, biasanya berhubungan dengan pembeli dengan jumlah yang sedikit tetapi berkapasitas besar dibandingkan dengan pasar konsumen. Bahkan dalam pasar bisnis yang besar, beberapa pembeli sering mendominasi sebagian besar pembelian.

### **1. 2. Segmentasi Pasar**

Segmentasi pasar antara pasar bisnis dan pasar konsumen pada dasarnya adalah sama. Hanya saja pada pasar bisnis dilakukan secara bertahap dengan urutan tahapannya yang sistematis.

### **1. 3. Karakteristik Permintaan**

Karakteristik permintaan yang menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah sifat permintaan, stabilitas permintaan, dan elastisitasnya. Berdasarkan sifat permintaannya, pasar bisnis termasuk permintaan turunan dari konsumen. Ini artinya, naik turunnya permintaan terhadap produk-produk bisnis dipengaruhi oleh besar kecilnya permintaan konsumen terhadap sesuatu.

Secara stabilitas permintaan, pasar bisnis lebih mudah terganggu dibanding pasar konsumen. Hal tersebut terjadi karena pembeli dalam pasar bisnis jumlahnya lebih sedikit namun skala pembeliannya besar. Ini artinya penjual menggantungkan penjualannya kepada pembeli yang jumlahnya terbatas.

Sedangkan elemen elastisitas dimaksudkan kepada bagaimana harga mempengaruhi pembelian. Pada pasar bisnis permintaan total atas berbagai barang dan jasa tidak begitu dipengaruhi oleh perubahan harga. Contohnya perusahaan pembuat ban tidak berarti akan langsung menambah pembelian karet ketika harga karet turun.

### **1. 4. Tingkat Hubungan Pemasok dan Pelanggan**

Berbeda dengan pasar konsumen, dalam pasar bisnis hubungan antara pemasok atau penjual dengan pelanggan akan lebih erat karena pemainnya yang tidak banyak. Selain itu nilai bisnis yang besar menjadikan perlu interaksi yang lebih erat untuk menghindari konflik.

Selain itu, Biasanya pelaku pasar bisnis memiliki timbal balik dalam transaksinya. Sebagai contoh pabrik kertas yang membeli bahan kimia di perusahaan A, maka perusahaan A juga akan membeli kertasnya dari pabrik kertas tersebut.

### **1. 5. Proses Transaksi**

Pada pasar konsumen, keputusan dalam proses transaksi tentu tidak akan rumit. Berbeda dengan pasar bisnis dimana transaksi bersifat *multi-step* karena ada kebijakan, batasan, dan persyaratan atau instrumen yang perlu dipertimbangkan.

Pembelian pada pasar bisnis juga biasanya akan melibatkan pihak lainnya. Pengambilan keputusan dilakukan secara profesional sehingga usaha pembelian menjadi tidak sesederhana pada pasar konsumen.



## 1. 6. Karakteristik Pemasaran

Elemen lain yang juga menjadi pembeda antara pasar bisnis dan pasar konsumen adalah karakteristik pemasaran. Faktor yang terkandung dalam karakteristik pemasaran ini bisa dilihat pada tabel berikut.

<b>Faktor Pembeda</b>	<b>Karakteristik</b>	<b>Pasar Bisnis</b>	<b>Pasar Konsumen</b>
Filosofi Pemasaran	Segmentasi Pasar	Emporografis	Demografis
	Perspektif Pasar	Global	Regional/Nasional
	Penekanan Taktik Pemasaran	Kinerja Keuntungan	Pangsa Pasar
	Interaksi Penjual-Pembeli	Kemitraan	Transaksional
	Arti Pelanggan Utama	Penting	Tidak Perlu
	Pengetahuan Pelanggan	Kuat	Lemah
Bauran Produk dan Layanan	Pemberian Merek	Corporate	Produk Individual
	Waktu Pembelian	Perlu perencanaan	Penggunaan saat itu
	Tingkat Pabrikasi	Butuh proses tambahan	Umumnya produk akhir/siap pakai
	Tipe Kemasan	Protektif	Promosional
	Layanan	Lebih banyak	Jarang
	Konsistensi Kualitas	Penting	Tidak Vital
	Promosi	Penekanan Promosi	Personal selling
	Sasaran Promosi	Mengharap terjadinya Sales Call	Menempatkan produk dan layanan
Bauran Distribusi	Panjang Saluran	Langsung	Tidak langsung

	Kompleksitas Saluran	Kompleks	Sederhana
	Pengetahuan Pasar	Kuat	Lemah
	Ketersediaan antaran	Krusial	Tidak Krusial
Harga	Tawar Menawar	Lumrah Terjadi	Jarang Terjadi
	Negosiasi Harga	Lumrah Terjadi	Jarang Terjadi

Itulah hal-hal yang menjadi perbedaan antara pasar bisnis dan pasar konsumen. Secara pengertian sudah sangat terlihat bahwa keduanya memiliki poin pembeda yang jelas. Khusus untuk pasar bisnis, karena bersifat lebih kompleks maka biasanya memerlukan akuntansi bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi sehingga pengambilan keputusan tidak bisa dibuat sembarangan.