

## Abstrak

Persaingan di industri media cetak berbasis bisnis dan investasi sudah masuk ke tahapan titik jenuh, Kontan<sup>®</sup> hanya mampu meraih pangsa pasar 6.41% dari target 15% yang ditetapkan oleh perusahaan. Strategi penjualan dalam konteks *business to business* dirancang agar dapat menaikkan sirkulasi oplah Kontan<sup>®</sup>. Peningkatan oplah menjadi daya tarik bagi perusahaan yang akan melakukan belanja iklan di Kontan<sup>®</sup>. Persaingan pada dunia bisnis media cetak bukan hanya sekedar menjual oplah melainkan persaingan memperoleh belanja iklan dari perusahaan pemasang iklan. Target pasar penjualan dalam konteks *business to business* adalah perusahaan di Indonesia dan melakukan pembelian 100 eksemplar dalam kurun waktu satu tahun. Pembelian dalam skala besar yang dilakukan oleh *customer* akan menguntungkan bagi *customer* karena *customer* selain memperoleh potongan harga, *customer* juga mendapatkan keuntungan lain seperti kolom iklan, kolom artikel maupun kegiatan yang bertemakan promosi. Analisis dan rumusan strategi dilakukan dengan pendekatan matriks portofolio. Kontan<sup>®</sup> menempuh cara menyerang dan bertahan untuk tetap eksis di pasar.

Kata kunci : Media cetak berbasis bisnis dan investasi, Pemasaran, *Business to Business*, Matriks Portofolio

## **Abstrac**

*Competition in the print media industry-based business and investment has entered the stage of saturation point , Kontan<sup>®</sup> only able to gain market share 6:41 % of the target of 15% set by the company. Marketing strategy in the context of business to business designed to increase circulation Kontan<sup>®</sup>. Increased circulation of the main attraction for companies/customers that will do the advertising expenditure in Kontan<sup>®</sup>. Competition in the business world of print media circulation is not just selling but gain competitive advertising expenditure from corporate advertisers . Target market sales in the context of business to business company in Indonesia and make the purchase 100 copies within one year . Large -scale purchases made by the customer will be beneficial for customers because the customer in addition to get discounts, customers also get other benefits such as advertising columns, column article or themed promotional activities . Analysis and strategy formulation made with a portfolio matrix approachment. Kontan<sup>®</sup> using offensive and defensive strategy to exist in this industry.*

*Keywords : Business and investment media , Marketing , Business to Business , Portfolio Matrix*