

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kondisi pasar secara keseluruhan, preferensi pelanggan, serta persaingan di industri dengan tujuan untuk menentukan saluran bisnis dengan potensi tertinggi untuk perusahaan kamera WildcameraXL, dalam perjalanannya berekspansi di penjuru Eropa, terutama Inggris dan Prancis. Pada dasarnya, perusahaan dihadapkan pada pilihan B2B, B2C, atau keduanya dalam memasuki kedua pasar tersebut karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki perusahaan saat ini dan pemilik ingin operasi menjadi seefisien mungkin, sehingga meneliti saluran bisnis yang paling potensial diperlukan.

Dalam meneliti topik ini, peneliti mengumpulkan data dari artikel, situs web pemerintah, jurnal lain, dan sumber-sumber lain yang meyakinkan dan dapat diandalkan. Selain penelitian kepustakaan, metode pengumpulan data primer seperti menyebarkan kuesioner kepada responden yang relevan dan mewawancarai pemilik perusahaan juga dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang kontras antara pasar Inggris dan Perancis baik dalam preferensi pelanggan maupun kondisi pasar, yang menghasilkan dua rekomendasi yang berbeda untuk kedua negara. Selain itu, ditemukan juga bahwa meningkatkan pemasaran melalui platform digital akan sangat membantu perusahaan dalam strategi pemasarannya, baik di B2B maupun B2C, sehingga rekomendasi terkait hal ini juga dirumuskan. Diharapkan rekomendasi yang dibuat dalam penelitian ini bisa memberikan pengetahuan penting bagi perusahaan, terutama dalam upaya ekspansi.

Kata kunci: B2B, B2C, preferensi pelanggan, strategi pemasaran, kondisi pasar