

**STUDI EKSPLORASI TITIK TEMU POLA *COPRENEURSHIP* DAN  
PENERAPAN *INTERNAL MARKETING* PADA USAHA KECIL  
MENENGAH  
(Studi Kasus: Pondok Kopi Kawa Daun Sobat di Lubuk Selasih,  
Kabupaten Solok)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :


**YULI MARLINA**

**1310521057**

Dosen Pembimbing:

**Hafiz Rahman,SE, MSBS, Ph.D**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
APRIL 2017**

	No. Alumni Universitas	<b>Yuli Marlina</b>	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat/Tgl Lahir: Padang/ 04 Oktober 1994, b) Nama Orang Tua: Syahrimal, c) Fakultas: Ekonomi, d) Jurusan: Manajemen, e) No Bp: 1310521057, f) Tanggal Lulus: 19 April 2017, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,56 i) Lama Studi: 3 Tahun 8 Bulan, j) Alamat Orang Tua: Koto Lalang RT. 03/II No. 58 Kel. Koto Lalang, Kec. Lubuk Kilangan, Padang.		

**Studi Eksplorasi Titik Temu Pola *Copreneurship* dan Penerapan *Internal Marketing* pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus: Pondok Kopi Kawa Daun Sobat Di Lubuk Selasih, Kabupaten Solok)**

*Skripsi oleh Yuli Marlina; Pembimbing: Hafiz Rahman, SE, MSBS, Ph.D*

**ABSTRAK**

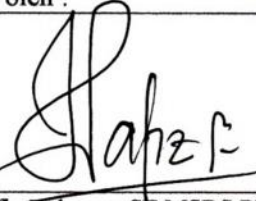

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi titik temu mengenai *Copreneurship* yang didukung dengan penerapan *Internal Marketing* dalam sebuah organisasi. Objek penelitian adalah UKM Kopi Kawa Daun Sobat yang terletak di Lubuk Selasih Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Perolehan data yaitu menggunakan wawancara dalam bentuk *interview list* dengan pasangan *copreneuers* dan karyawan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case studies*). Dan analisis data yang digunakan adalah dengan metode *content analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eskplorasi titik temu antara pola *copreneurship* dengan penerapan *internal marketing* pada UKM ini terjadi pada saat pembagian peran, motivasi dan kepuasan karyawan melalui komunikasi 2 arah, kepuasan pelanggan dan orientasi pelanggan, koordinasi dan integrasi fungsional, implementasi strategi fungsional serta dalam *marketing like approach*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan adanya pelaksanaan UKM yang berpola *copreneurship* dapat menunjang penerapan *internal marketing* dan *internal marketing* dapat menunjang UKM berpola *copreneurship*.

**Kata Kunci : Usaha Kecil Menengah, *Copreneurship* dan *Internal Marketing*.**

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 April 2017.

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3.
Nama Terang	Hafiz Rahman, SE, MSBS, Ph.D	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dr. Yuliharsi, SE, M.Sc

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, MS

NIP. 197208262003122004

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama Tanda Tangan