

**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	Yuli Marlina	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 *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

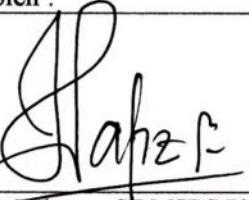
Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi titik temu mengenai *Copreneurship* yang didukung dengan penerapan *Internal Marketing* dalam sebuah organisasi. Objek penelitian adalah UKM Kopi Kawa Daun Sobat yang terletak di Lubuk Selasih Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Perolehan data yaitu menggunakan wawancara dalam bentuk *interview list* dengan pasangan *copreneurs* 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 eksplorasi 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 pengujian 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. Yulihasri, 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