

**PENERAPAN PRINSIP KEMITRAAN PADA UD PANTIBOGA
NATURAL FOOD SPECIALIST DENGAN RAHMA JAYA HERBAL
DI KECAMATAN MATESIH KABUPATEN KARANGANYAR**

Oleh : Rochmat Musthofa

Dibimbing Oleh : Daru Retnowati dan Vandrias Dewantoro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola kemitraan yang diterapkan dalam hal proses pemasaran produk antara UD Pantiboga dengan *Home Industry* Rahma Jaya Herbal kemudian mengkaji penerapan prinsip kemitraan dalam program kemitraan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik penentuan informan yaitu *purposive*, informannya adalah pemilik UD Pantiboga dan Pemilik *Home Industry* Rahma Jaya Herbal. Sumber data yang adalah primer dan sekunder, teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi. Teknis analisis data yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, penarikan kesimpulan, dan penyajian data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola kemitraan yang diterapkan oleh UD Pantiboga dengan *Home Industry* Rahma Jaya Herbal dalam kerjasama proses pemasaran produk adalah termasuk ke dalam pola kemitraan dagang umum. Pola kemitraan dagang umum antara UD Pantiboga dengan *Home Industry* Rahma Jaya Herbal merupakan kemitraan usaha karena sudah menerapkan prinsip-prinsip kemitraan akan tetapi belum maksimal disebabkan oleh tanggung jawab mengenai keamanan kemasan produk dan tidak adanya kesepakatan tertulis berlandaskan hukum dalam menjalin kemitraan yang berpotensi terjadinya pelanggaran dikemudian hari.

Kata Kunci: Pola Kemitraan, Proses Pemasaran, Prinsip Kemitraan

**APPLICATION OF PARTNERSHIP PRINCIPLES OF UD PANTIBOGA
NATURAL FOOD SPECIALIST WITH RAHMA JAYA HERBAL
IN MATESIH DISTRICT, KARANGANYAR REGENCY**

By: Rochmat Musthofa

Supervised by: Daru Retnowati and Vandrias Dewantoro

ABSTRACT

This study aims to describe the partnership pattern that is applied in the process of product marketing of UD Pantiboga and Rahma Jaya Herbal Home Industry and then review the application of the partnership principles in the partnership program. The method used in this research is qualitative method. The technique of determining informants is purposive, the informants are the owner of UD Pantiboga and the owner of Rahma Jaya Herbal Home Industry. Data sources are primary and secondary, data collection techniques are observation, interviews, documentation by testing validity of the data use triangulation. Data analysis techniques are collecting data, reducing data, drawing conclusions, and presenting data. The results showed that the partnership pattern implemented by UD Pantiboga with Rahma Jaya Herbal Home Industry in the collaboration of product marketing processes was included in the general trading partnership pattern. The pattern of general trade partnership of both UD Pantiboga and Rahma Jaya Herbal Home Industry is a business partnership because it has implemented the principles of partnership but not yet maximally caused by the responsibility regarding product packaging security and the absence of written agreements based on law in establishing partnerships that have the potential for later violations day.

Keywords: Partnership Pattern, Marketing Process, Partnership Principles