

**STRATEGI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN 7P DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA KERUPUK  
INCOR-INCOR UD. HARAPAN BUNDA  
PANYABUNGAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**Hilda Gina Lestari**

**NIM. 19080014**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

**STRATEGI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN 7P DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA KERUPUK  
INCOR-INCOR UD. HARAPAN BUNDA  
PANYABUNGAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

**Oleh:**

**Hilda Gina Lestari**

**NIM. 19080014**

**Pembimbing I**

**Ian A Fian, M.E**  
**NIP. 199211152019031018**

**Pembimbing II**

**Paisal Rahmat, M.E**  
**NIP. 199210022020121006**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Hilda Gina Lestari, NIM. 19080014 dengan judul "Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan" memandang bahwa skripsi bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, 25 September 2023

**Pembimbing I**



**Ian AlFian, M.E**  
NIP. 199211152019031018

**Pembimbing II**

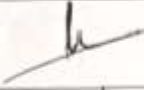


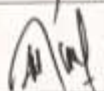


**Paisal Rahmat, M.E**  
NIP. 199210022020121006


### LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul "Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan" a.n Hilda Gina Lestari, NIM. 19-08-0014 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 25 September 2023.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam TIM	Tanda tangan	Tanggal Persetujuan
1	Drs. Hamonangan, M.Si. NIP. 1965072820031210001	Ketua sidang/ Penguji I		20/10-2023
2	Nurintan Siregra, M.E NIP. 198610212019032008	Sekretaris sidang/ Penguji II		09/10-2023
3	Ian Alfian, M.E NIP. 199211152019031018	Penguji III		10/10-2023
4	Paisal Rahmat, M.E NIP. 199210022020121006	Penguji IV		14/10-2023

Panyabungan, Oktober 2023  
Mengetahui  
Ketua STAIN Mandailing Natal

  
Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag  
NIP. 197203132003121002

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hilda Gina Lestari  
NIM : 19080014  
Tempat / tgl. Lahir : Depok, 07 September 2001  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Padang Sanggar, Kec. Tambangan Kab. Mandailing Natal

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-Incor UD. Harapan Bunda Panyabungan**", adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, 25 September 2023

Yang membuat pernyataan



**Hilda Gina Lestari**  
**NIM. 19080014**

## ABSTRAK

**Hilda Gina Lestari, (NIM 19080014) dengan judul “ Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P dalam meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan.** Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui Bagaimana strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan dan untuk mengetahui Bagaimana dampak penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Proses pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, dokumentasi, observasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian terhadap strategi bauran pemasaran yang diterapkan UD. Harapan Bunda meliputi 7P dimana *product* yang dijual adalah Kerupuk Incor-incor. Mematok harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Menjual produk langsung ke tangan konsumen dan ke toko-toko yang ada di luar kota. Melakukan promosi melalui media sosial. Mengenai *people*, memiliki 7 karyawan untuk ditempatkan dibagian masing-masing bidang produksinya. Mengenai *process*, sudah memiliki alat yang memadai. Mengenai *physical evidence*, UD. Harapan Bunda ramah kepada konsumen dan rapi dalam pengemasan Kerupuk Incor-incor. Strategi yang diterapkan dalam meningkatkan penjualan dengan memberikan kualitas rasa yang baik, dan harga yang mampu bersaing dengan acuan sasaran yang ingin dituju.

**Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Penjualan, Kerupuk Incor-incor**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, selawat dan salam atas nabi Muhammad SAW, karena atas Ridhonya pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Inccor UD. Harapan Bunda Panyabungan**”. Adapun tujuan penelitian Skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, petunjuk dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih secara khusus untuk kedua Orang Tua saya beserta Keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan moril maupun materil, dan penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada yth:

- a. Bapak Prof.Dr.H. Sumper Mulia Harahap, M,Ag selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
- b. Bapak Faisal Afandi, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak Paisal Rahmat, M.E selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, beserta Staf pengajar yang memberikan bantuan, dorongan dan bimbingan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
- c. Bapak Ian Alfian, M.E selaku dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
- d. Bapak Paisal Rahmat, M.E selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak wawasan serta kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
- e. Bapak Basrah Nasution dan Ibu Siti Rohani selaku Pemilik UD. Harapan Bunda Sipolu-polu Panyabungan.

- f. Bapak dan ibu dosen program studi ekonomi syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
- g. Alfiansyah Lubis yang selalu mensupport penulis dalam penulisan skripsi ini dan telah meluangkan waktunya kepada penulis terutama dalam penyelesaian penelitian ini.
- h. Seluruh angkatan 2019 terutama sahabat seperjuangan ekonomi syariah kelas A dan kelas B.
- i. Kepada Saudari saya Melda Elvina S.pd, Risda Aprianti, Lianda Ayu Anggina, Sholathiah Mtd yang telah mendukung penulis selama perkuliahan.

Ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik bantuan moril maupun dorongan semangat. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya. Amin ya Rabbal Alamin.

Panyabungan, Agustus 2023

HILDA GINA LESTARI



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
a. Latar Belakang .....	1
b. Rumusan Masalah .....	4
c. Tujuan Penelitian .....	5
d. Manfaat Penelitian yg.....	5
e. Penjelasan istilah .....	6
f. Sistematika Pembahasan.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
1) Landasan Teori .....	7
1. Strategi .....	7
2. Pengertian Strategi .....	7
3. Konsep Pemasaran.....	8
4. Strategi Pemasaran .....	10
5. Tujuan Strategi Pemasaran .....	10
6. Manfaat Strategi Pemasaran .....	11
7. Bauran Pemasaran 7P .....	12
8. Penjualan .....	19
2) Penelitian Yang Relevan .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
a. Jenis Penelitian .....	29
b. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29

c.	Informan Penelitian .....	29
d.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
e.	Pengecekan Keabsahan Data .....	31
f.	Teknik Analisis Data.....	32

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1.	Deskripsi Data.....	34
1.	Temuan Umum Penelitian.....	34
2.	Temuan Khusus Penelitian.....	38
2.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	45

#### **BAB V PENUTUP .....57**

1)	Kesimpulan .....	57
2)	Saran.....	58

#### **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1	Data Informan.....	18
Tabel 4.2	Data Penjualan UD. Harapan Bunda Tahun 2018-2019 .....	25

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1	Struktur Organisasi .....	18
Gambar 4.2	Denah UD. Harapan Bunda .....	25
Gambar 4.3	Produk Kerupuk Incor-incor .....	27
Gambar 4.4	Tempat UD. Harapan Bunda.....	38
Gambar 4.5	Shopee Kerupuk Incor-incor.....	38
Gambar 4.6	Proses Pembuatan Kerupuk Incor-incor.....	39
Gambar 4.7	Bukti Fisik Pembuatan Kerupuk Incor-incor .....	39

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran merupakan suatu aspek penting dalam kegiatan bisnis yang dirancang dalam menentukan rancangan produk, harga, promosi, distribusi produk, sumber daya, dan konsep penjualan. Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen untuk melakukan transaksi penjualan dan bertujuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Banyak usaha kecil bermunculan dengan menyediakan produk yang kreatif, inovatif, dan menarik serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beraneka ragam, yang berdampak pada persaingan usaha yang sejenis. (Alma, 2014).

Seiring berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, gaya hidup manusia terutama mengenai pemilihan makanan yang akan dikonsumsi akan semakin beragam. Hal ini dikarenakan lahirnya segala macam jenis produk dari ide-ide yang kreatif. Setiap industri harus mampu bersaing dengan segala potensinya untuk bertahan dalam ketatnya persaingan. Sebuah industri akan mampu bertahan jika strategi pemasaran yang diterapkan tepat guna dan mampu mengembangkan produk yang dipasarkan. Setiap pelaku bisnis dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi-strategi yang khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. (Fidliyah Khoirun Nisa, 2021)

Strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. Salah satu kebijakan

perusahaan dalam proses pengambilan keputusan adalah melaksanakan pemasaran yang berguna untuk mencapai tujuan. (Udaya, 2013)

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan salah satunya adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut Isoraite menyatakan bahwa bauran pemasaran atau marketing mix merupakan strategi produk, penetapan harga, distribusi dan promosi dengan menyalurkannya ke pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan serangkaian tindakan dan solusi dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan pemasaran perusahaan. (Isoraite, 2015)

Bauran pemasaran merupakan salah satu faktor dan solusi yang memungkinkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Mc Charty diawal tahun 1960 menyatakan bahwa bauran pemasaran dapat dikelompokkan dalam empat kelompok besar yang dikenal dengan 4P, yaitu *produk, price, place, promotion*. (Mc Charty, 1960)

Booms and Bitner (1980) menambahkan kembali 3P yaitu *people, physical evidence, and process* pada original 4P untuk penerapan konsep bauran pemasaran. (Booms and Bitner, 1980)

Bauran pemasaran terdiri dari Konsep Bauran Pemasaran 7p (*product, price, place, promotion, people, process & physical evidence*) yaitu pertama, produk (*Product*), produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut. Kedua, Harga (*Price*), pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan adalah suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

Ketiga, tempat (*Place*), Hal yang perlu diputuskan dalam memilih tempat yaitu: sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi. Keempat, Promosi (*Promotion*), merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan,

sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut dan diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Kelima, Orang/SDM (*People*), semua orang atau sumber daya manusia yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan dalam jangka panjang. Image perusahaan sangat bergantung kepada sikap dan perilaku orang-orang yang terlibat langsung (SDM) sehingga hal tersebut tentunya akan memengaruhi kualitas pelayanan yang ditawarkan. Dalam perusahaan jasa, hubungan antara karyawan dan konsumen memegang peran yang sangat penting dalam menciptakan nilai jasa.

Keenam Proses (*Process*), merupakan salah satu unsur bauran pemasaran untuk usaha jasa yang cukup mendapat perhatian serius dalam mengembangkan ilmu pemasaran. Proses tersebut mulai dari penawaran produk hingga melayani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Ketujuh, Bukti Fisik (*Physical evidence*), produk berupa pelayanan jasa konsumen merupakan suatu hal yang tidak berwujud (*intangible*) atau tidak bisa diukur secara pasti seperti halnya produk dalam bentuk barang.

Dengan demikian penggunaan konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk produk jasa yang digabungkan menjadi 7P bertujuan agar usaha yang dijalankan dapat berkembang sesuai dengan rencana yang diharapkan sehingga dapat mencapai target yang diinginkan. Bauran pemasaran ini digunakan sebagai bentuk pertahanan usaha untuk jangka waktu yang lebih lama salah satunya ialah pada usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan, karena usaha tersebut sudah lama dirintis sehingga bauran pemasaran perlu untuk diterapkan dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha.

UD. Harapan Bunda berawal dari usaha keluarga (turunan) sekitar tahun delapan puluhan atau tepatnya tahun 1986. Usaha ini dirintis oleh Alm. Syaiful yaitu orang tua pemilik usaha yang sekarang. Kemudian pada tahun 1998 usaha ini dikelola oleh anaknya sekarang yang bernama Basrah Nasution. Pada awalnya, usaha ini tidak mempunyai tenaga kerja, hanya orang tua pemilik usaha ini yang

menjadi tenaga kerjanya hingga sampai sekarang usaha kerupuk incor-incor ini berkembang.

UD. Harapan Bunda ini menerapkan bauran pemasaran 7P dimana produk yang ditawarkan oleh UD. Harapan Bunda berupa kerupuk yang diberi nama Kerupuk Incor-Incor. Kerupuk incor-incor ini berwarna jingga dan berbentuk memanjang. Usaha dagang ini sudah memiliki izin usaha berupa SIUP (surat izin usaha perdagangan) yang dikeluarkan oleh Dinas Pemerintah Daerah (Pemda Tk.II). Pelayanan yang diterapkan oleh UD. Harapan Bunda yaitu pelanggan yang datang melakukan pemesanan dengan membayar pesanan apabila produk tersebut sudah siap, maka produk akan diantar kepada pelanggan. Harga yang ditawarkan oleh UD. Harapan Bunda memiliki harga variatif tergantung pada isi kemasan yaitu dimulai dari harga Rp 500 - Rp 10.000.(Wawancara ; Pemilik Usaha)

UD. Harapan Bunda Kerupuk Incor-incor bertempat di kelurahan Sipolupolu Panyabungan JL. Bermula Gg. Kuini dan tempat ini mudah dijangkau oleh konsumen. UD. Harapan Bunda kerupuk Incor-incor melakukan kegiatan pemasaran, seperti daerah Panyabungan, Tapanuli Selatan, dan bahkan luar provinsi dan dijadikan sebagai oleh-oleh khas dari Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Usaha kerupuk Incor-incor ini juga melakukan promosi menggunakan media online yaitu di Shopee.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Strategi Penerapan Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai dengan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi penerapan bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda?



2. Bagaimana dampak penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam menjalankan suatu kegiatan pasti memiliki tujuan, demikian pula dengan penelitian ini tujuannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dipakai sebagai masukan berbagai pihak yang membutuhkan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pelaku Bisnis

Sebagai bahan kajian dalam mengambil keputusan untuk mengembangkan pemasaran produk dan mengaplikasikan strategi pemasaran yang sesuai.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini bisa menjadi penambah wawasan agar bisa mengetahui bagaimana strategi penerapan bauran pemasaran 7P.

3. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini bermanfaat sebagai dasar penelitian selanjutnya pada bidang strategi penerapan bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda Panyabungan.

## **E. Penjelasan Istilah**

Untuk menfokuskan masalah yang diteliti, maka penjelasan istilah yang menjadi bahan kajian sebagai berikut:

1. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.
2. Penerapan adalah suatu perbuatan mempratekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu untuk suatu kepentingan yang diinginkan suatu kelompok atau golongan.
3. Bauran Pemasaran adalah strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan meraih target tertentu.
4. Penjualan adalah kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).

## **F. Sistematika Pembahasan**

Bab I Pendahuluan, Berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teori, Berisi tentang kajian teori mengkaji tentang strategi penerapan bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan penjualan pada Usaha Kerupuk Incor-incor UD. Harapan Bunda dan penelitian yang relevan yaitu penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, Berisi tentang metode penelitian terdiri dari jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitiandigunakan saat penelitian berlangsung, informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian dan pembahasan, Berisi tentang deskripsi data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, Berisi tentang kesimpulan dan saran