

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MIE BANDUNG NOL
NAM DI DESA MAYANG GATAK SUKOHARJO**



**STIE
Surakarta**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Toyib Nur Falah

NIM. 21120001

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MIE BANDUNG NOL NAM DI DESA MAYANG GATAK SUKOHARJO

Oleh:

Toyib Nur Falah

NIM: 21120001

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 27 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NUPTK: 0256772673130313

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MIE BANDUNG NOL NAM DI DESA MAYANG GATAK SUKOHARJO

Oleh:

Toyib Nur Falah

NIM: 21120001

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 18 Februari 2026

Dewan Penguji

Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
Ketua



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.
Anggota



Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Aditri Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK: 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Toyib Nur Falah

NIM : 21120001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MIE BANDUNG NOL NAM DI DESA MAYANG GATAK SUKOHARJO adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 27 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,



Toyib Nur Falah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Rasulullah bersabda: Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu,
Allah akan memudahkan jalan menuju surga”

HR. Muslim

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa
kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

Ridwan Kamil

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua tercinta yang
selalu mendukung dan mendoakan, saudara-saudaraku yang selalu memberi
semangat dan sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan menemani.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Mie Bandung Nol Nam Di Desa Mayang Gatak Sukoharjo” ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Strata 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Aditra Liliyan, S.M.B., M.M., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta sekaligus dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta saran selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta fasilitas pendukung selama penulis menempuh pendidikan.
4. Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Suyono dan Ibu Wartini, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kakak Anisa Wakidah dan adik Anida Nur Khasanah yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
7. Sahabatku, Putri yang selalu menemani, memberikan motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.

8. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dorongan dan semangat.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca serta berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 27 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Konsep Strategi Pemasaran	12
2.1.2 Pemasaran UMKM Kuliner	14
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17

2.1.4 Analisis Lingkungan Usaha	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.3 Sumber data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Pemilihan Informan	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.7 Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Penelitian	37
4.2 Proses Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	38
4.3 Hasil Temuan Penelitian	40
4.4 Interpretasi Temuan	43
4.5 Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. Tahapan Penelitian.....	29
Tabel 3. Temuan Penelitian.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	25

ABSTRAK

Toyib Nur Falah, 21120001, 79 Halaman, Analisis Strategi Pemasaran Mie Bandung Nol Nam Di Desa Mayang Gatak Sukoharjo.

Perkembangan UMKM kuliner di wilayah pedesaan menghadapi tantangan persaingan usaha dan keterbatasan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lokal. Mie Bandung Nol Nam di Desa Mayang, Kecamatan Gatak, Sukoharjo, merupakan UMKM kuliner yang perlu menerapkan strategi pemasaran yang adaptif agar mampu bertahan dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan serta mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran usaha tersebut, dengan fokus pada penerapan bauran pemasaran dan kondisi lingkungan usaha lokal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran masih didominasi oleh pendekatan konvensional melalui kualitas produk, harga terjangkau, lokasi usaha, dan promosi dari mulut ke mulut, sementara pemanfaatan media promosi modern belum optimal. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan strategi pemasaran berbasis kondisi lokal untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner pedesaan, serta menjadi dasar bagi penelitian lanjutan terkait pengembangan pemasaran yang lebih inovatif.

Kata kunci: strategi pemasaran, UMKM kuliner, bauran pemasaran, penelitian kualitatif, usaha pedesaan