

**ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP  
PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI  
KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Nahdlatul Ulama Kebumen Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

Disusun Oleh:

**Nurul Fatimah**

**2121264**

Pembimbing:

**H. Munir Achyar, S.E., M.Si.**

**NIDN.0630056301**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN  
2025**

**ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP  
PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI  
KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam  
Nahdlatul Ulama Kebumen Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

Disusun Oleh:

**Nurul Fatimah**

**2121264**

Pembimbing:

**H. Munir Achyar, S.E., M.Si.**

**NIDN.0630056301**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN**

**2025**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP**  
**PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI**  
**KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**

Oleh  
**Nurul Fatimah**  
**2121264**

Telah dimunaqosahkan di depan Sidang Penguji

Pada tanggal 08 September 2025

Dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar

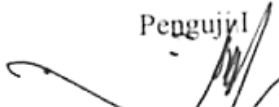
Sarjana Strata 1 Ekonomi Syariah

Pada tanggal .....

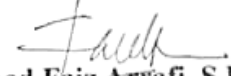
Pembimbing

  
**H. Munir Achyar, S.E., M.Si.**  
**NIDN.0630056301**

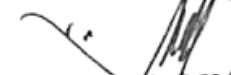
Penguji I

  
**Abdul Waid, S.H.I., M.SI.**  
**NIDN.2116078202**

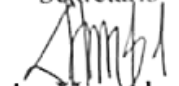
Penguji II

  
**Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E**  
**NIDN.2124059401**

Ketua Sidang

  
**Abdul Waid, S.H.I., M.SI.**  
**NIDN. 2116078202**

Sekretaris

  
**Annisa Mangole, M.E.**  
**NIDN.2110129003**

Mengesahkan

Di Depan

  
**Abdul Waid, S.H.I., M.SI.**  
**NIDN. 2116078202**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Fatimah

NIM : 2121264

Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP  
PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI  
KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar-benar hasil penelitian/pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri dibawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 3 September 2025



Nurul Fatimah

## MOTTO

*“Kesuksesan bukan hanya tentang hasil, tetapi tentang keberkahan di setiap langkah yang dijalani.”*

~Nurul Fatimah, 2025~

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirrabbi‘allamin. Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan. Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

- a. Kedua orang tua, untuk Bapak Edi Syarifudin dan Ibu Nongni Sutra tercinta, terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan, berkat kasih sayang, perjuangan, do'a dan dukungan baik secara moral dan materi dari kalian penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kalian adalah motivator terbesar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada Bapak dan Ibu dengan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
- b. Diri sendiri, terimakasih karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
- c. Adik saya Helfi Robbi Prasetyo terimakasih telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
- d. Dosen pembimbing, H. Munir Achyar, S.E., M.Si. yang telah membimbing saya selama penyelesaian skripsi ini. Saya ucapkan terimakasih atas ilmu, nasihat yang telah diberikan.
- e. Semua pihak yang sudah membantu penulis sehingga sampai pada tahap sekarang ini.

Terimakasih atas doa dan dukungan semoga menjadi ladang pahala.

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama           | Huruf Latin        | Keterangan                 |
|------------|----------------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif           | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba'            | B                  | Be                         |
| ت          | Ta'            | T                  | Te                         |
| ث          | S <sup>a</sup> | s\                 | Es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim            | J                  | Je                         |
| ح          | Ha             | H                  | ha (dengan garis dibawah)  |
| خ          | Kha'           | K                  | ka dan ha                  |
| د          | dal            | D                  | De                         |
| ذ          | Zal            | Z                  | z (dengan titik di atas)   |
| ر          | ra'            | R                  | Er                         |
| ز          | Zai            | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin            | S                  | Es                         |
| ش          | Syin           | Sy                 | es dan ye                  |
| ص          | Sad            | S{                 | es (dengan titik di bawah) |
| ض          | d'ad           | D{                 | de (dengan titik di bawah) |

|   |    |    |                             |
|---|----|----|-----------------------------|
| ط | Ta | T{ | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ | Za | Z{ | zet (dengan titik di bawah) |

|    |        |   |                       |
|----|--------|---|-----------------------|
| ع  | ‘ain   | ‘ | koma terbalik di atas |
| غ  | Gain   | G | ge                    |
| ف  | fa’    | F | ef                    |
| ق  | Qaf    | Q | qi                    |
| ك  | Kaf    | K | Ka                    |
| ل  | Lam    | L | el                    |
| م  | Mim    | M | ‘em                   |
| ن  | Nun    | N | ‘en                   |
| و  | Waw    | W | w                     |
| هـ | ha’    | H | ha                    |
| ء  | hamzah | , | apostrof              |
| ي  | Ya     | Y | ye                    |

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

|            |         |              |
|------------|---------|--------------|
| مُتَدَدَةٌ | Ditulis | Muta’addidah |
| عَدَّة     | Diulis  | ‘iddah       |

## C. Ta’marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

|      |         |         |
|------|---------|---------|
| حكمة | Ditulis | H{ikmah |
| علة  | Ditulis | ‘illah  |

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sambung ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h.

|                  |         |                     |
|------------------|---------|---------------------|
| كرامة الاول لىاء | Ditulis | Kara>mah al-aulya>’ |
|------------------|---------|---------------------|

3. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

|            |         |                  |
|------------|---------|------------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | Zaka>h al-fit{ri |
|------------|---------|------------------|

#### D. Vokal Pendek

|      |        |         |          |
|------|--------|---------|----------|
| –    | Fathah | Ditulis | A        |
| فعل  |        | Ditulis | fa’ala   |
|      |        | Ditulis | i        |
| نكر  | Kasrah | Ditulis | zu\kira  |
| هو   |        | Ditulis | u        |
| يذهب | dammah | Ditulis | yaz\habu |

#### E. Vokal Panjang

|   |              |         |             |
|---|--------------|---------|-------------|
| 1 | Fathah+ Alif | Ditulis | a>          |
|   | جاهلية       | Ditulis | ja>hiliyyah |

|   |                  |         |        |
|---|------------------|---------|--------|
| 2 | Fathah+ya' mati  | Ditulis | a>     |
|   | تَنسَى           | Ditulis | tansa> |
| 3 | Kasrah+ya' mati  | Ditulis | i>     |
|   | كَرِيم           | Ditulis | kari>m |
| 4 | Dammah+wawu mati | Ditulis | u>     |
|   | فُرُوض           | Ditulis | furu>d |

#### F. Vokal Rangkap

|   |                   |         |          |
|---|-------------------|---------|----------|
| 1 | Fathah +ya' mati  | Ditulis | ai       |
|   | يَيْنُكُم         | Ditulis | Bainakum |
| 2 | Fathah +wawu mati | Ditulis | au       |
|   | قَوْل             | Ditulis | qaul     |

#### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

|                 |         |                 |
|-----------------|---------|-----------------|
| الْتَم          | Ditulis | A'antum         |
| اَعْدَت         | Ditulis | U'iddat         |
| لَنْ شُكْرْتُمْ | Ditulis | La'in syakartum |

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

|            |         |            |
|------------|---------|------------|
| الْقُرْآن  | Ditulis | Al-Qur'a>n |
| الْقِيَّاس | Ditulis | Al-Qiya>s  |

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l

(el) nya.

|        |         |           |
|--------|---------|-----------|
| السماء | Ditulis | As-Sama>' |
| الشمس  | Ditulis | Asy-Syams |

#### **I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

Ditulis menurut penulisnya.

|            |         |                  |
|------------|---------|------------------|
| زوي الفروض | Ditulis | z\awi al-furu>d} |
| اهل السنة  | Ditulis | Ahl as-Sunnah    |

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobil'amin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, teladan bagi umat manusia.

Dengan penuh rasa hormat dan syukur atas karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, **“ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH”**. Skripsi ini penulis susun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.). Dengan selesainya penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan, dan saran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga atas dukungan, bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I., selaku Rektor Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
2. Bapak H. Faisal, M.Ag. selaku Wakil Rektor 1 Bidang Akademik dan Kemahasiswaan.

3. Bapak Dr. Imam Subarkah, M.Pd. selaku Wakil Rektor 2 Bidang Administrasi dan Keuangan.
4. Bapak Abdul Waid, S.H.I., M.S.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
5. Ibu Aniesatun Nurul Aliefah, S.E.sy., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah (ES) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen.
6. Bapak H. Munir Achyar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing.
7. Bapak dan ibu dosen beserta seluruh karyawan dan staf IAINU Kebumen, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semua ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
8. Pemilik Angkringan Mukti Kebumen yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Angkringan Mukti Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi teknik penelitian maupun teori yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pribadi dan bagi pembaca. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kita semua. Aamiin Yaa Rabbal'alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

## DAFTAR ISI

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                          | i         |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | ii        |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                      | iii       |
| HALAMAN MOTTO .....                          | iv        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                    | v         |
| TRANSLITERASI .....                          | vi        |
| PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB LATIN..... | vi        |
| KATA PENGANTAR.....                          | xi        |
| DAFTAR ISI.....                              | xiii      |
| DAFTAR TABEL .....                           | xv        |
| DAFTAR GAMBAR.....                           | xvi       |
| ABSTRAK (Bahasa Indonesia).....              | xvii      |
| ABSTRACT (Bahasa Inggris).....               | xviii     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang .....                      | 1         |
| B. Pembatasan Masalah .....                  | 7         |
| C. Rumusan Masalah .....                     | 8         |
| D. Tujuan Penelitian .....                   | 9         |
| E. Kegunaan Penelitian.....                  | 9         |
| F. Penegasan Istilah.....                    | 10        |
| G. Sistematika Pembahasan .....              | 13        |
| <b>BAB II KERANGKA TEORITIS .....</b>        | <b>16</b> |
| A. Landasan Teori.....                       | 16        |
| B. Telaah Pustaka .....                      | 45        |
| C. Kerangka Pemikiran.....                   | 50        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>       | <b>53</b> |
| A. Pendekatan Penelitian .....               | 53        |
| B. Desain Penelitian.....                    | 54        |

|                                                                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| C. Subjek Penelitian.....                                                                                   | 55         |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....                                                                             | 57         |
| E. Teknik Analisis Data.....                                                                                | 60         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>                                                                         | <b>63</b>  |
| A. Gambaran Umum Angkringan Mukti Kebumen.....                                                              | 63         |
| 1. Sejarah Singkat Angkringan Mukti Kebumen .....                                                           | 63         |
| 2. Visi, Misi, dan Tujuan Angkringan Mukti Kebumen .....                                                    | 64         |
| 3. Lokasi Angkringan Mukti Kebumen .....                                                                    | 65         |
| 4. Media Promosi Angkringan Mukti Kebumen.....                                                              | 65         |
| 5. Struktur Organisasi Angkringan Mukti Kebumen .....                                                       | 66         |
| B. Hasil Penelitian .....                                                                                   | 68         |
| 1. Penerapan strategi marketing mix 4P pada Angkringan Mukti Kebumen... 68                                  |            |
| 2. Persepsi konsumen terhadap strategi marketing mix 4P yang diterapkan oleh Angkringan Mukti Kebumen. .... | 85         |
| 3. Strategi <i>marketing mix</i> 4P pada Angkringan Mukti dalam perspektif maqashid syariah. ....           | 90         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                                                   | <b>100</b> |
| A. Kesimpulan .....                                                                                         | 100        |
| B. Saran-saran.....                                                                                         | 101        |
| C. Kata Penutup .....                                                                                       | 102        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                  | <b>103</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                                                                                    |            |

## **DAFTAR TABEL**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1 Rata-Rata Pengunjung Angkringan Mukti Kebumen ..... | 79 |
|-------------------------------------------------------------|----|

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Kerangka Teori.....                                | 52 |
| Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Angkringan Mukti Kebumen ..... | 66 |

# **ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**

**Oleh:**

**Nurul Fatimah**

**2121264**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi dari persaingan kuliner di Kebumen, khususnya angkringan yang kini menjadi ruang makan sekaligus tempat sosial dan budaya. Angkringan Mukti tampil unik dengan menu tradisional beragam serta tempat permanen bernuansa klasik-modern. Penerapan marketing mix 4P (produk, harga, tempat, promosi) menjadi langkah penting, terutama jika dikaitkan dengan prinsip maqashid syariah yang menekankan keberkahan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, bukan sekadar mengejar keuntungan materi.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penerapan marketing mix 4P di Angkringan Mukti Kebumen, menggali persepsi konsumen, serta menganalisisnya dari perspektif maqashid syariah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan subjek pemilik, karyawan, dan konsumen muslim. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan marketing mix di Angkringan Mukti berjalan cukup baik. Produk yang disajikan bersih, halal, dan variatif. Harga ditetapkan secara wajar dan terjangkau, tempatnya strategis dan nyaman, sedangkan promosi dilakukan secara jujur melalui media sosial dan rekomendasi pelanggan. Konsumen memiliki persepsi positif karena merasa puas dengan kualitas produk, pelayanan, serta suasana yang bersih dan islami. Dalam tinjauan maqashid syariah, strategi ini memenuhi tiga tingkatan kebutuhan: daruriyat (menjaga agama dan jiwa), hajjiyat (menjaga harta dan kemudahan akses), serta tahsiniyat (menjaga akal dan etika melalui kebersihan dan pelayanan). Artinya, Angkringan Mukti tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga mengutamakan keberkahan dan kemaslahatan sesuai nilai-nilai Islam.

**Kata Kunci: Marketing Mix 4P, Persepsi Konsumen, Maqashid Syariah, Angkringan Mukti Kebumen**

# **ANALISIS PENERAPAN MARKETING MIX 4P TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN PADA ANGKRINGAN MUKTI KEBUMEN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH**

**Oleh:**

**Nurul Fatimah**

**2121264**

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the growing competition in the culinary industry in Kebumen, especially among angkringan (traditional food stalls) that now serve not only as dining spaces but also as places of social and cultural interaction. Angkringan Mukti stands out with its diverse traditional menu and a permanent venue designed in a unique classic-modern style. The implementation of the 4P marketing mix (product, price, place, and promotion) is an important step, especially when viewed through the principles of maqashid syariah, which emphasize blessing, honesty, and social responsibility rather than merely pursuing material profit.*

*This study aims to describe the implementation of the 4P marketing mix at Angkringan Mukti Kebumen, explore consumer perceptions, and analyze it from the perspective of maqashid syariah. The research uses a qualitative descriptive method through interviews, observations, and documentation, involving the owner, employees, and Muslim consumers as participants. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing.*

*The results show that the marketing mix at Angkringan Mukti has been implemented quite well. The products offered are clean, halal, and varied. Prices are fair and affordable, the location is strategic and comfortable, and promotions are carried out honestly through social media and word-of-mouth recommendations. Consumers hold positive perceptions, expressing satisfaction with product quality, service, and the clean, Islamic atmosphere. From the perspective of maqashid syariah, this strategy fulfills three levels of human needs: daruriyat (preserving religion and life), hajjiyat (preserving wealth and accessibility), and tahsiniyat (preserving intellect and ethics through cleanliness and service). This indicates that Angkringan Mukti's marketing strategy not only seeks profit but also prioritizes blessing and social benefit in accordance with Islamic values.*

**Keywords: Marketing Mix 4P, Consumer Perception, Maqashid Sharia, Angkringan Mukti Kebumen**