

**STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE
KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19**
(Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

INAS AZIZAH

NIM. 1708203142



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
1443 H / 2021 M

**STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI
MASA PANDEMI COVID 19**

(Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

INAS AZIZAH

NIM. 1708203142

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1443 H / 2021 M

ABSTRAK

Inas Azizah. NIM: 1708203142, “STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19”. 2021.

Pandemic Covid-19 ini memberikan dampak yang cukup besar bagi para pelaku bisnis. Pemecahan masalah untuk keluar dari keadaan ini adalah melakukan transformasi saluran bisnis mereka melalui pendekatan digital. Tindakan perubahan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk mempercepat bisnis dengan melibatkan alat teknologi yaitu dengan menggunakan sistem Pemasaran online. Pemasaran mempunyai peran penting dalam sebuah bisnis pada suatu perusahaan. Baik perusahaan berskala nasional maupun internasional membutuhkan seorang *marketer* yang handal dalam memasarkan produk atau jasa. Keberhasilan suatu produk yang diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murah nya harga produk tetapi ditentukan juga oleh strategi pemasaran yang dilakukan.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran online dan Metode Komunikasi dalam meningkatkan penjualan Perspektif Islam di masa pandemic covid-19 yang digunakan pada toko Cherryonfashion. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis. 1). Adapun hasil dari penelitian ini: Strategi pemasaran online di toko Cherryonfashion dalam perspektif Islam pada masa pandemic Covid 19 adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) yang di dalamnya terdapat nilai-nilai Islam seperti siddiq, amanah, tabligh, fatonah dengan karakteristik ketuhanan, akhlak, realistik, humanistik pada prinsip ikhtiar, manfaat, amanah, nasihat, keadilan, transparan, kejujuran dan ikhlas. 2). Metode Komunikasi yang digunakan oleh Cherryonfashion pada saat Pandemic Covid 19 dalam menarik minat beli konsumen yaitu metode Redundancy, Metode Informatif, Metode Edukatif, Metode Persuasif dan Metode Canalizing. Dari kelima metode yang digunakan menghasilkan respon yang positif dari calon konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Metode Komunikasi, Pemasaran Perspektif Islam

ABSTRACT

Inas Azizah. NIM: 1708203142, “ONLINE MARKETING STRATEGIES AND COMMUNICATION METHODS IN IMPROVING ISLAMIC PERSPECTIVE SALES IN THE TIME OF THE COVID 19 PANDEMIC”. 2021.

The Covid-19 pandemic has had a significant impact on businesses. The solution to get out of this situation is to transform their business channels through a digital approach. This change action can be interpreted as an effort to accelerate business by involving technological tools, namely by using an online marketing system. Marketing has an important role in a business in a company. Both national and international scale companies need a reliable marketer in marketing their products or services. The success of a product that is accepted by the target market is not only determined by the low price of the product but is also determined by the marketing strategy carried out.

This study aims to determine online marketing strategies and communication methods in increasing sales of Islamic perspective during the covid-19 pandemic used at Cherryonfashion stores. This study uses qualitative research, data collected by interview, observation, documentation and then analyzed using descriptive analysis method.

This study aims to determine online marketing strategies and communication methods in increasing sales of Islamic perspective during the covid-19 pandemic used at Cherryonfashion stores. This study uses qualitative research, data collected by means of interviews, observation, documentation and then analyzed using descriptive analysis method. 1). *The results of this study: The online marketing strategy at the Cherryonfashion store from an Islamic perspective during the Covid 19 pandemic is to apply a 4P marketing mix strategy (product, price, place, promotion) which includes Islamic values such as siddiq, amanah, tabligh , fatonah with the characteristics of divinity, morals, realistic, humanistic on the principles of endeavor, benefit, trust, advice, justice, transparency, honesty and sincerity.* 2). *The communication methods used by Cherryonfashion during the Covid-19 Pandemic in attracting consumer buying interest were the Redundancy method, the Informative Method, the Educational Method, the Persuasive Method and the Canalizing Method. Of the five methods used to produce a positive response from potential customers.*

Keywords: Marketing Strategy, Communication Method, Islamic Perspective Marketing

الملخص

إيناس عزيزة. (NIM.1708203142) استراتيجيات وطرق الاتصال التسويقي عبر الإنترت في زيادة مبيعات وجهات النظر الاقتصادية الإسلامية في عصر وباء كوفيد - ٢٠٢١ .١٩-

كان لوباء كوفيد - ١٩ تأثير كبير على الشركات. الحل للخروج من هذا الموقف هو تحويل قنوات أعمالهم من خلال نجح رقمي. يمكن تفسير إجراء التغيير هذا على أنه حاولة لتسريع الأعمال من خلال تضمين الأدوات التكنولوجية ، أي باستخدام نظام التسويق عبر الإنترت. يلعب التسويق دوراً مهماً في الأعمال التجارية في الشركة. تحتاج كل من الشركات الوطنية والدولية إلى مسوق موثوق به في تسويق منتجاتها أو خدماتها. لا يتم تحديد نجاح المنتج الذي يقبله السوق المستهدف فقط من خلال السعر المنخفض للممنتج ولكن يتم تحديده أيضاً من خلال استراتيجية التسويق التي يتم تنفيذها.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجية وطريقة الاتصال التسويقي عبر الإنترت في زيادة مبيعات المنظور الاقتصادي الإسلامي في عصر جائحة كوفيد - ١٩ المستخدم في متجر Cherryonfashion. تستخدم هذه الدراسة البحث النوعي والبيانات التي تم جمعها عن طريق المقابلة والملاحظة والتوثيق ثم تحليلها باستخدام طريقة التحليل الوصفي.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجيات التسويق عبر الإنترنت وطرق الاتصال في زيادة مبيعات المنظور الإسلامي خلال جائحة covid-19 المستخدمة في متاجر Cherryonfashion. تستخدم هذه الدراسة البحث النوعي والبيانات التي تم جمعها عن طريق المقابلة والملاحظة والتوثيق ثم تحليلها باستخدام طريقة التحليل الوصفي. ١). نتائج هذه الدراسة: تتمثل استراتيجية التسويق عبر الإنترنت في متجر Cherryonfashion من منظور إسلامي خلال وباء كوفيد ١٩ في تطبيق استراتيجية مزيج التسويق P4 (الممنتج ، السعر ، المكان ، الترويج) والتي تتضمن القيم الإسلامية مثل الصدق ، أمانة ، وطاولة ، وفتنة بخصائص الألوهية ، والأخلاق ، الواقعية ، والإنسانية ، على مبادئ السعي ، والنفع ، والثقة ، والنصر ، والعدل ، والشفافية ، والصدق ، والصدق. ٢). كانت طرق الاتصال التي استخدمتها Cherryonfashion أثناء وباء Covid-19 جذب اهتمام المستهلكين بالشراء هي طريقة التكرار ، والطريقة الإعلامية ، والطريقة التعليمية ، والطريقة الإقناعية ، وطريقة القناة. من بين الطرق الخمس المستخدمة لإنتاج استجابة إيجابية من العملاء المحتملين.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق ، طريقة الاتصال ، التسويق منظور إسلامي

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA
PANDEMI COVID 19**
(Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)

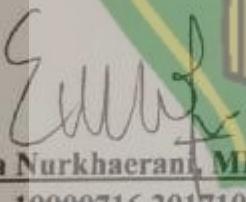
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

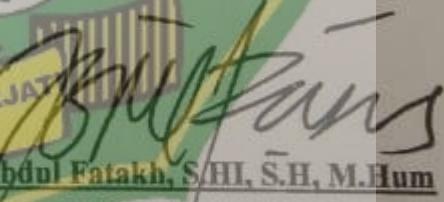
Oleh:
Inas Azizah
NIM: 1708203142

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II


Ema Nurkhaerani, M.H.
NIP. 19900716 201703 201


Abdul Fatah, S.H.I, S.H, M.Hum
NIP. 19790114 201411 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Eef Saefullah, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Ketua Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Inas Azizah, NIM 1708203142 dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)**". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

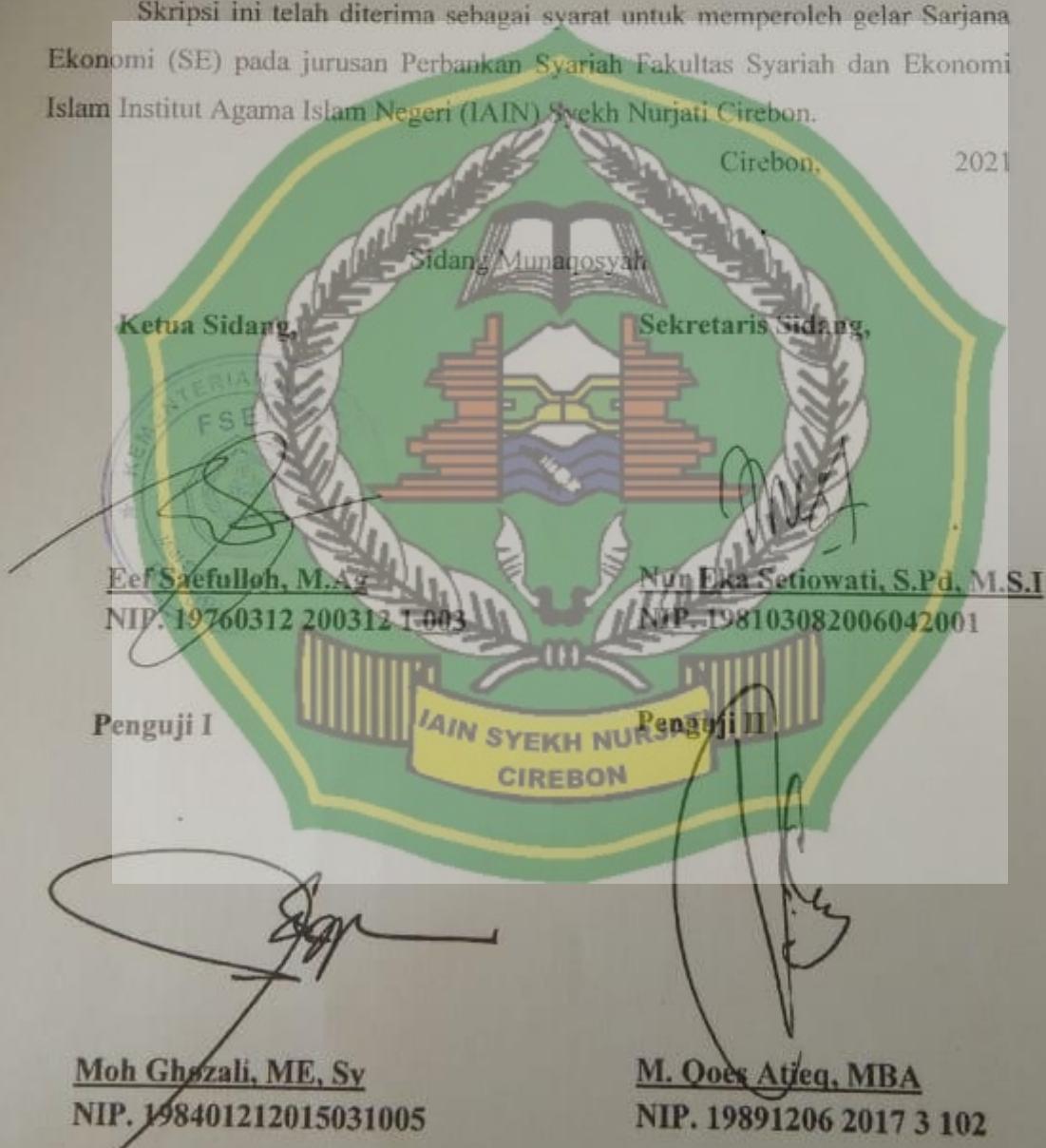
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)", Oleh Inas Azizah, NIM :1708203142, telah diujikan dalam sidang munaqosah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 26 Agustus 2021.

Skripsi ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawa ini :

Nama : Inas Azizah

NIM : 1708203142

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 31 Mei 1999

Alamat : Ds.Kasugengan Lor Rt 14 Rw 04 Kec.Depok Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)”

Ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim teradap keaslian karya saya ini.

Cirebon, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Inas Azizah

1708203142

KATA PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya dan adik saya, keluarga, dan kerabat yang turut serta membantu dan menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan tugas akhir saya. Terimakasih atas dukungan dan kekuatannya selama ini.

Terimakasih saya ucapan yang sebesar-besarnya untuk Ibu Ema Nurkhaerani, MH dan Bapak Abdul Fatakh S.HI. SH.,M.Hum. yang telah membimbing dari awal penulisan skripsi dan selalu memberikan nasihat, masukan dan motivasi sehingga saya sanggup menyelesaikan studi. Semoga Allah senantiasa memudahkan urusan beliau dan membala jasa-jasanya

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bukan untuk saya sendiri melainkan bermanfaat untuk kita semua.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kota Cirebon tanggal 31 Mei 1999. Dengan penuh kasih saying penulis dibesarkan dengan diberi nama Inas Azizah. Penulis adalah anak pertama dari ketiga bersaudara dari pasangan ibu Tati Suprapti dengan Bapak Ayun Suratmin.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Taman Kanak-anak.Aisyah Bustanul Athfal Tahun 2004-2005
2. Sekolah Dasar Negeri 1 Kasugengan Lor Tahun 2005-2011
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Plumpon Tahun 2011-2014
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Kota Cirebon Tahun 2014-2017

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah dan mengambil judul “**STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN METODE KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERSPEKTIF ISLAM DI MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)**”, dibawah bimbingan Ibu Ema Nurkhaerani, MH dan Bapak Abdul Fatakh S.HI. SH.,M.Hum.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

MOTTO

PROSES TIDAK AKAN MENGKHIANATI HASIL



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Online Dan Metode Komunikasi Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Islam Di Masa Pandemic Covid 19 (Studi Kasus: Online Shop Cherryonfashion)” ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi penyusun maupun bagi masyarakat luas. Demikian pula salawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan umat manusia yakni baginda Rasulullah SAW., para keluarga, sahabatnya dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah (S1) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Dalam penulisan skripsi ini, penyusun banyak menghadapi hambatan dan rintangan, tetapi dengan pertolongan Allah Swt., dan motivasi serta dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan karya ini meskipun penyusun masih menyadari masih ada kekurangan yang tidak luput dari pengetahuan penyusun. Oleh sebab itu, penyusun sangat mengharap masukan dan kritikan yang membangun dalam melengkapi serta menutupi segala kekurangan yang masih perlu diperbaiki. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak:

- 
1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
 3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
 4. Ibu Dewi Fatmasari, M.Si Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
 5. Seluruh Dosen Jurusan Perbankan Syariah, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan bapak/ibu kepada penulis.
 6. Ibu Ema Nurkhaerani,MH dan Bapak Abdul Fatakh S.HI. SH.,M.Hum selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan

pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.

7. Febri Belasari selaku pemilik toko Cherryonfashion yang telah memberikan informasi yang penyusun butuhkan dalam penyelesaian Skripsi ini.
 8. Karyawan Cherryonfashion terimakasih telah memberikan informasi yang penyusun butuhkan
 9. Kedua Orang Tua dan Adik tercinta yang selama ini senantiasa memberikan Do'a Restu, motivasi, dan semangat kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
 10. Seluruh teman-teman Perbankan Syariah-2017 yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini
 11. Partnerku terbaikku yang selama di bangku perkuliahan Tomi Hermawan, Ayu Aprilla, Farikhatal Janan, Naili yang selalu mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini.
 12. Sahabatku Resha Nugrahani, Bintang Mahathir, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
 13. Sahabatku sejak jaman Madrasah sampai sekarang Dian Tri Utami, yang selalu memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
 14. Sahabat sejak SMA sampai sekarang Widya Nursabila, Desi Andiyani, Putri Silvani dan Fitriani Amelia, yang telah memberikan perhatian, hiburan, semangat serta doa selama pengerjaan skripsi ini.
- Terimakasih penulis haturkan kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Cirebon, 17 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
MOTTO	xi
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Penelitian Terdahulu	9
E. Kerangka Pemikiran.....	12
F. Metodologi Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Strategi	19
B. Komunikasi	20

C.	Unsur-unsur Komunikasi	22
D.	Bauran Pemasaran	23
E.	Strategi Komunikasi.....	26
1.	Perumusan Strategi Komunikasi	27
F.	Komunikasi Pemasaran.....	29
G.	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	30
H.	Strategi Komunikasi Pemasaran Online	31
I.	Pemasaran Syariah	33
J.	Strategi Pemasaran Produk Dalam Ekonomi Syariah.....	35
K.	Online Shop	38
BAB III PROFIL CHERRYONFASHION		40
A.	Sejarah Berdirinya Cherryonfashion	40
B.	Lokasi Cherryonfashion	41
C.	Visi dan Misi Cherryonfashion	41
D.	Tujuan Didirikannya Cherryonfashion	42
E.	Struktur Organisasi Cherryonfashion	43
F.	Jenis Produk Cherryonfashion.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN		45
A.	Strategi Pemasaran Islam Online pada toko Cherryonfashion	45
1.	Bauran Pemasaran	46
2.	Karakteristik Pemasaran Islam	60
3.	Prinsip-prinsip Pemasaran islam	62
B.	Metode Komunikasi yang digunakan Cherryonfashion dalam Menarik Minat Beli Konsumen	64
1.	<i>Redudancy</i>	65
2.	Informatif	65
3.	Persuasif	67
4.	Edukatif.....	68

5. Metode <i>Canalizing</i>	70
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jabatan Anggota Cherryonfashion	43
Tabel 4.1 Laporan Pendapatan Bersih Bulan Januari-November 2020	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet Januari 2020	4
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 4.1 Produk Asli (Real Pict)	48
Gambar 4.2 Ragam Produk.....	50
Gambar 4.3 Ruangan Toko	52
Gambar 4.4 Gambar Depan Toko	53
Gambar 4.5 Promosi Produk.....	54
Gambar 4.6 Promosi Produk	54
Gambar 4.7 Promosi Produk	56
Gambar 4.8 Cara Pemesanan	57
Gambar 4.9 Metode Redundancy.....	65
Gambar 4.10 Metode Informatif	67
Gambar 4.11 Metode Pesuasif	68
Gambar 4.12 Metode Edukatif.....	69



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ثا	Ś	es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ه a	h	ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	š	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	ش ad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ڏ ad	ڏ	de(dengan titik dibawah)
ط	ڻ a	ڻ	te(dengan titik dibawah)
ڙ	ڙ a	ڙ	zet(dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘-	Apostroferbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ڽ	Lam	L	El
ݏ	Mim	M	Em
݂	Nun	N	En
݃	Wau	W	We
݅	Ha	H	Ha
݇	Hamzah	'	Apostrof
ݙ	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Contoh :

كتاب = kataba

حَسْنٌ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أْيٌ	fathah dan ya	ai	a dan i
أْوٌ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh :

كَفَّ = *kaifa*

قُلْ = *agula*

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيْ	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
يِ	fathah dan ya	I	i dan garis atas
وُ	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

مَاتَ =māta

رَمَى =ramā

قَيلَ =qila

يَمُوتُ =yamutū

D. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1. *Ta Marbutah Hidup*

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah Mati*

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ =raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلَحَةُ =talhah

الْحِكْمَةُ =al-hikmah

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi

ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبِّنَا	=	<i>rabbanā</i>
نُعْمَ	=	<i>nu' imā</i>

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan . Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *gamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :Contoh :

الدَّهْرُ	=	<i>ad-dahru</i>	=	الشَّمْسُ	=	<i>asy-syamsu</i>
النَّمَلُ	=	<i>an-namlu</i>	=	اللَّيْلُ	=	<i>al-lailu</i>

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Contoh :

الْقَمَرُ	=	<i>al-qamaru</i>	الْفَقْرُ	=	<i>al-faqrū</i>
الْغَيْبُ	=	<i>al-gaibu</i>	الْعَنْزُ	=	<i>al-‘ainu</i>

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

سْنَىٰ = *syai'un* **أَمْرُتُ** = *umirtu*

إِنْ = *inna* أَكَلْ = *akala*

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi dalam kata, istilah, kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menja dibagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari al-Qur'an), sunnah, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari suatu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh, contoh :

Fi ژilâl al-Qur'ân

Al-Sunnahqabl al-tadwin

Al-'Ibârât bî umûm al-lafzâl bî khusus al sabab.

I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini hurus tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ الْأَرْسُوْلُ = *Wa ma Muhammad illa rasul*

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian.kalau penulisan itu disatuka dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

بِاللّٰهِ اَلْاَمْرُ جَمِيْنًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيْمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

J. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāfilah (prasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah, contoh :

دِينَ اللَّهِ : dinullāh

بِاللَّهِ : billāh

Adapun ta marbū’tahdiakhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf (t), contoh :

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : hum fi rahmātillah.

