

**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK IKAN IZA JAYA KELURAHAN
PASARBATANG BREBES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S.E)

Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

DICKY FERDIANSYAH

NIM : 1908204068

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

1444 H/2024 M

ABSTRAK

DICKY FERDIANSYAH. NIM: 1908204068, “STRATEGI PEMASARAN KERUPUK IKAN IZA JAYA KELURAHAN PASARBATANG BREBES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH” 2023.

Perekonomian yang belum stabil akibat pandemi covid-19, mengakibatkan banyak pengusaha kerupuk yang tutup karena tidak mampu untuk mempertahankan konsumennya sebagai akibat dari menurunnya daya beli masyarakat. Pemasaran Kerupuk Iza Jaya yang mengalami fluktuatif karena akibat dari adanya wabah virus corona ini membuat target penjualan mengalami penurunan sehingga perlu menerapkan pemilihan strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan guna meminimalisir terjadinya penurunan penjualan. Implementasi strategi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan dalam pelaksanaannya strategi pemasaran tentu harus sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam ajaran ekonomi Islam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya dalam meningkatkan penjualan menurut perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Kerupuk Ikan Iza Jaya menggunakan bauran pemasaran *product, price, place* dan *promotion* yang dalam pelaksanaannya selalu mengutamakan kualitas produk. Strategi pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya yang dikaji dalam penelitian ini menurut perspektif ekonomi syariah dengan mengutamakan nilai-nilai kejujuran, menjual barang yang nyata sehingga tidak mengandung unsur kebohongan, mengambil keuntungan tidak terlalu tinggi, menerapkan karakteristik ekonomi Islam (*Rabbaniyyah, Akhlaqiyyah, Al Waqiyyah, Al Insaniyyah*), menjaga higienisan dan kehalalan produk, memelihara tutur kata yang baik, menjaga silaturahmi di lingkungan masyarakat, tidak mencemari lingkungan dengan membuang sampah pada tempatnya dan meliburkan pekerjaan di hari jum'at sesuai sunnah Rosulallah SAW.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Penjualan, Ekonomi Syariah

ABSTRACT

DICKY FERDIANSYAH. NIM: 1908204068, "MARKETING STRATEGY OF IZA JAYA FISH CRACKERS IN PASARBATANG BREBES VILLAGE IN INCREASING SALES ACCORDING TO THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS" 2023

The unstable economy due to the covid-19 pandemic, resulting in many cracker entrepreneurs closing down because they were unable to maintain their to retain their customers as a result of the decline in purchasing power. Purchasing power of the community. Marketing of Iza Jaya Crackers, which has fluctuated due to the coronavirus outbreak, has decreased sales targets. of the corona virus outbreak has made the sales target decrease, so it is necessary to implement the selection of the right marketing strategy. so it is necessary to implement the selection of the right marketing strategy to done to minimise the decline in sales. Implementation of marketing strategy aims to increase sales and in implementation of marketing strategies must of course be in accordance with the values that in the teachings of Islamic economics

The marketing of Iza Jaya Crackers, which has fluctuated due to the corona virus outbreak, has made the sales target decrease so that it is necessary to implement a marketing strategy to increase sales and in implementing the marketing strategy, of course, it must be in accordance with the values in sharia economic teachings.

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of Iza Jaya Fish Crackers in increasing sales according to a sharia economic perspective. This research uses a type of field research with qualitative methods. The data obtained was then analysed using the Miles and Huberman model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study indicate that the marketing strategy used by Iza Jaya Fish Crackers uses a marketing mix of product, price, place and promotion which in its implementation always prioritises product quality. The marketing strategy of Iza Jaya Fish Crackers studied in this study according to the perspective of Islamic economics prioritises the values of honesty, sells real goods so that it does not contain elements of lies, takes profits that are not too high, applies the characteristics of Islamic economics (Rabbaniyyah, Akhlaqiyyah, Al Waqiyyah, Al Insaniyah), maintains product hygiene and halalness, maintains good speech, maintains friendship in the community, does not pollute the environment by throwing garbage in its place and closes work on Friday according to the sunnah of Rosulallah SAW.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Sharia Economics

الملخص

ديكي فردينسيا. نيم: 1908204068، "استراتيجية التسويق لمقرعات الأسماك إيزا جايا في قرية باساراتانج برييس في زيادة المبيعات وفقاً للمنظور الاقتصادي للشريعة الإسلامية" 2023

إن تذبذب تسويق مقرمشات إيزا جايا بسبب تفشي فيروس كورونا جعل أهداف المبيعات تنخفض لذلك من الضروري تنفيذ استراتيجيات التسويق لزيادة المبيعات وفي تنفيذ استراتيجيات التسويق يجب أن تكون بالتأكيد وفقاً للقيم في تعاليم الاقتصاد الإسلامي.

أدى التسويق المتقلب لمقرمشات إيزا جايا بسبب تفشي فيروس كورونا إلى انخفاض أهداف المبيعات ، لذلك من الضروري تنفيذ استراتيجيات التسويق للزيادة. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الاستراتيجية التسويقية لمقرمشات الأسماك إيزا جايا في زيادة المبيعات وفقاً لمنظور الاقتصاد الإسلامي. يستخدم هذا البحث نوعاً من البحث الميداني بأساليب نوعية. ثم يتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام نموذج مايلز وهوبرمان ، أي تقليل البيانات وعرض البيانات واستنتاجات المبيعات وفي تنفيذ استراتيجيات التسويق ، بالطبع ، يجب أن تكون وفقاً للقيم الواردة في التعاليم الاقتصادية الإسلامية

أدى التسويق المتقلب لمقرمشات إيزا جايا بسبب تفشي فيروس كورونا إلى انخفاض أهداف المبيعات ، لذلك من الضروري تنفيذ استراتيجيات التسويق للزيادة. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الاستراتيجية التسويقية لمقرمشات الأسماك إيزا جايا في زيادة المبيعات وفقاً لمنظور الاقتصاد الإسلامي. يستخدم هذا البحث نوعاً من البحث الميداني بأساليب نوعية. ثم تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام نتائج هذه الدراسة أظهرت أن استراتيجية التسويق المستخدمة من قبل إيزا جايا مقرمشات السمك استخدمت مزيجاً من تسويق المنتج والسعر والمكان والترويج الذي يعطي الأولوية دائماً لجودة المنتج عند تنفيذه. إن الاستراتيجية التسويقية لمقرمشات السمك إيزا جايا التي تمت دراستها في هذه الدراسة هي من منظور الاقتصاد الإسلامي من خلال إعطاء الأولوية لقيم الصدق ، وبيع السلع الحقيقية بحيث لا تحتوي على عناصر الأكاذيب ، وحي الأرباح ليس مرتفعاً جداً ، وتطبيق الخصائص الاقتصادية الإسلامية (الربانية ، الأخلاقية ، الوقية ، الإنسانية) ، الحفاظ على النظافة والمنتجات الحلال ، الحفاظ على حسن الكلام ، الحفاظ على الصداقة في المجتمع ، لا تلوث البيئة برمي القمامة في مكائنها وخلع العمل يوم الجمعة وفقاً لسنة رسول الله صلى الله عليه وسلم. نموذج مايلز وهوبرمان هو اختزال البيانات وعرض البيانات واستنتاجات المبيعات وفي تنفيذ استراتيجيات التسويق يجب أن يكون بالتأكيد وفقاً للقيم الواردة في تعاليم الاقتصاد الإسلامي

الكلمات البحث: استراتيجية التسويق، المبيعات، الاقتصاد الشرعي

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN KERUPUK IKAN IZA JAYA KELURAHAN
PASARBATANG BREBES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah (EKOS)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Dicky Ferdiansyah

NIM : 1908204068

Pembimbing

Pembimbing I



Ema Nurkhaerani, MH

NIP. 3201705 19900716 2 01

Pembimbing II



Achmad Otong Busthomi, Lc., MA

NIP. 19731223 200701 1 022

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc., MA

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Dicky Ferdiansyah, NIM: 1908204068** dengan judul: **“Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya Kelurahan Pasarbatang Brebes Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui, Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Ema Nurkhaeran, MH

NIP. 3201705 19900716 2 01



Achmad Otong Busthomi, Lc., MA

NIP. 19731223 200701 1 022

Mengetahui

Kepala Jurusan Ekonomi Syariah



Achmad Otong Busthomi, Lc., MA

NIP. 19731223 200701 1 02

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN KERUPUK IKAN IZA JAYA KELURAHAN PASARBATANG BREBES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH” oleh **Dicky Ferdiansyah, NIM: 1908204068**, telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 11 Desember 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah:



Ketua Sidang
Alimuddin Dhuha Gusthomi, Lc., MA
NIP. 19731223 200701 1 02

Sekretaris Sidang

Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 197311252014111002

Penguji I,

Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 197311252014111002

Penguji II,

Dr. Alvien Septian Haerisma, SEI., MSI.
NIP. 19800912 200604 1 001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini

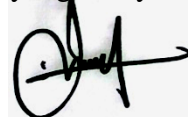
Nama Dicky Ferdiansyah
NIM 19088204068
Tempat, tanggal Brebes, 01 Februari 2002
lair
Alamat Rt 02 /RW08 Desa Karangsembung Kec. Songgom Kab,
Brebes Kode Pos 52266

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya Kelurahan Pasarbatang Brebes Dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”** ini beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

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

Cirebon 30 November 2023

Saya yang menyatakan



Dicky Ferdiansyah

NIM. 1908204068

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Brebes pada tanggal 01 Februari 2002. Dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Dicky Ferdiansyah. Penulis adalah anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan Ibu Juratmi dengan Bapak Syarifudin

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| 1. SD Negeri 04 Karangsembung | 2007-2013 |
| 2. SMP Negeri 02 Songgom | 2013-2016 |
| 3. SMK Negeri 02 Snggom | 2016-2019 |

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Ekonomi Syariah (EKOS) dan mengambil judul Skripsi “**STRATEGI PEMASARAN KERUPUK IKAN IZA JAYA KELURAHAN PASARBATANG BREBES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**”. Dibawah bimbingan Ibu Ema Nurkhaerani, MH dan Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., MA

Pengalaman Organisasi

- | | |
|------------------|-----------|
| 1. Pramuka | 2016-2017 |
| 2. PMR | 2016-2018 |
| 3. Karang Taruna | 2020-2022 |
| 4. DKM | 2019-2020 |

MOTTO

“Prasangkane Menungsa Niku Ngersane Gusti”



KATA PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada dua orang yang sangat aku sayangi Ibu dan Bapak tercinta, sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan cinta dan kasih yang tiada terhingga yang tidak mungkin terbalas dengan hanya selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia, karena selama ini aku sadar belum bisa membalas dengan lebih. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu membuatku termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, selalu mendo'a kan dan selalu memberikan nasehat agar aku menjadi lebih baik. Terimakasih Bapa, terimakasih Ibu. KasihMu sepanjang masa.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya Kelurahan Pasarbatang dalam Meningkatkan Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah” ini dapat diselesaikan. Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Suatu kebanggaan bagi penulis karena dapat menyelesaikan penelitian sehingga dapat menyusun skripsi ini tepat pada waktunya. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt, yang telah memberikan rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis diberikan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Syarifudin dan Ibu Juratmi yang telah memberikan motivasi dan dukungan baik dari segi materil maupun spiritual
3. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
4. Bapak Layaman, S.E., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., MA Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
6. Bapak Syaeful Bakhri, SE, M.Si, Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah.
7. Ibu Ema Nurkhaerani, M.H selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi

penulis selama penulisan skripsi ini, dan Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., MA selaku dosen pembimbing skripsi II.

8. Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
9. Para Dosen Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan masukan kepada penulis selama belajar di kampus ini beserta Staf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan Staf Jurusan Ekonomi Syariah.
10. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Syariah, khususnya keluarga besar Ekonomi Syariah (B) IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019 yang selama 4 tahun bersama menjalani studi.
11. Terima kasih untuk teman-teman KKN Pasarbatang (Zakki, Damar, Isma, Amal, Niken, Lulu, Nasikha, Naely, Nur, Hesti, Ainun, Hana, Fiya, Najmi, dan Milla) yang telah berperilaku baik terhadap penulis
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

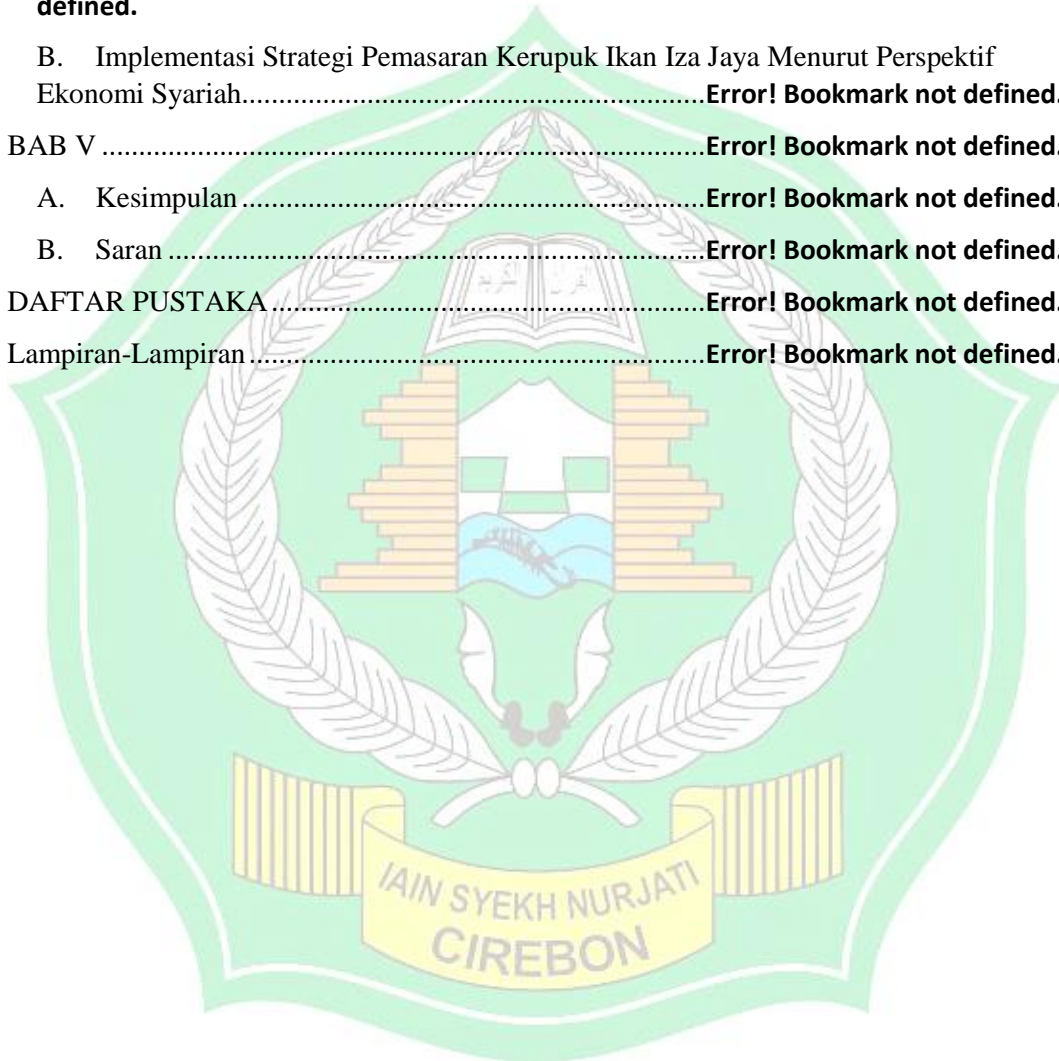
Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak tersebut menjadi amal ibadah dan senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima semua kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
المخلص.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	1
KATA PERSEMBAHAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI	5
PEDOMAN TRANSILTERASI.....	7
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
2. Pembatasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
3. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
E. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
F. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
A. Strategi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
B. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Error! Bookmark not defined.
C. Penjualan	Error! Bookmark not defined.
D. Kerupuk	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.

A. Profil Kelurahan Pasarbatang	Error! Bookmark not defined.
B. Sejarah Pendirian Kerupuk Ikan Iza Jaya	Error! Bookmark not defined.
C. Lokasi Kerupuk Ikan Iza Jaya.....	Error! Bookmark not defined.
D. Struktur Organisasi Kerupuk Ikan Iza Jaya	Error! Bookmark not defined.
E. Proses Produksi Kerupuk Ikan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A. Implementasi Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya	Error! Bookmark not defined.
B. Implementasi Strategi Pemasaran Kerupuk Ikan Iza Jaya Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
Lampiran-Lampiran.....	Error! Bookmark not defined.



PEDOMAN TRANSILTERASI

Pedoman transliterasi yang dipakai dalam penulisan skripsi didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	Şad	Ş	Es dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	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	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	-‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vocal

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

a. Vocal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A

◌َ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

b. Vocal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ	Fathah dan Ya	Ai	A dan U
◌ُ◌ْ	Fathah dan Wau	Au	A dan U
◌َ◌ْ	Fathah dan Ya	Ai	A dan U

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	كَتَبَ	Kataba
2.	فَعَلَ	fa`ala
3.	كَيْفَ	Kaifa

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ◌ْ◌ْ	Fathah dan Alif atau Ya	Ā	A dan garis di atas
◌َ◌ْ◌ْ	Kasrah dan Ya	Ī	I dan garis di atas
◌ُ◌ْ◌ْ	Dammah dan Wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi

1.	قَالَ	Qāla
2.	قِيلَ	Qīla
3.	يَقُولُ	Yaqūlu

d. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu:

- 1) *Ta' marbutah* hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.
- 2) *Ta' marbutah* mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

Kalau pada kata terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
2.	الْمَدِينَةَ الْمُنَوَّرَةَ	al-madīnah al-munawwarah
3.	طَلْحَةَ	Talhah

e. Syaddah

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	نَزَّلَ	Nazzala
2.	الْبِرُّ	al-birr

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	الرَّجُلُ	ar-rajulu
2.	الْقَلَمُ	al-qalamu
3.	الشَّمْسُ	asy-syamsu

3) Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	تَأْخَذُ	ta'khuzu
2.	شَيْءٍ	syai'un

4) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
2.	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursāhā

5) Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn
2.	الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ	Ar-rahmānir rahīm

6) Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan

dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

