

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

ADE FIRNA MAULANI

NIM : 2008204027

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2024 M / 1445 H

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

ADE FIRNA MAULANI

NIM : 2008204027

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2024 M / 1445 H**

ABSTRAK

Ade Firna Maulani, NIM: 2008204027, “Strategi Pemasaran Digital Usaha Niri Cafe dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner di Kota Cirebon”.

Dalam menghadapi persaingan industri saat ini yang semakin ketat, khususnya industri memasak, menjadi salah satu bidang usaha yang kini banyak diminati masyarakat, pesaing disekitarnya semakin banyak dan terus berkembang dan berkembang. Ketika memulai bisnis, ada banyak hal penting yang perlu dipersiapkan untuk mendukung kelancarannya. Salah satunya adalah merancang strategi bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Pemasaran Digital Usaha Niri Cafe dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner di Kota Cirebon.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan atau observasi dan wawancara, dengan objek penelitian di Niri Cafe. Teknik penelitian dalam penelitian ini ialah teknik analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Niri Cafe menerapkan konsep strategi digital marketing melalui sosial media instagram, digital marketing membuat perusahaan mampu menjangkau pasar yang lebih luas untuk memasarkan produk secara efisien. Kondisi perusahaan pada kuadran I (positif,positif) hal ini mendakan bahwa perusahaan dalam kondisi kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif, artinya perusahaan dalam kondisi prima. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai matriks pada tahap matriks IFAS dan EFAS. Nilai X yaitu selisih total kekuatan (S) dikurangi total kelemahan (W), dan untuk nilai Y yaitu selisih total peluang (O) dikurangi total ancaman (T). Hasil dari matriks nilai X dan nilai Y, $X = 0,87-0,78$, $Y=0,93-0,84=0,09$. Dengan demikian sangat mungkin untuk terus memperbesar dan memperluas pertumbuhan usaha demi kemajuan perusahaan secara berkesinambungan.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Digital, Persaingan, Bisnis.

ABSTRACT

Ade Firna Maulani, NIM: 2008204027, “*Niri Cafe Digital Marketing Strategy in Facing Culinary Business Competition in the City of Cirebon*”.

In the face of today's increasingly tight industrial competition, especially the cooking industry, which is one of the business fields that is now in great demand among the public, there are more and more competitors around it and continue to grow and develop. When starting a business, there are many important things that need to be prepared to support its smooth running. One of them is designing a business strategy.

The aim of this research is to find out and analyze the Digital Marketing Strategy of Niri Cafe Business in Facing Culinary Business Competition in Cirebon City.

In this research, researchers used qualitative research methods and data collection for this research was carried out by conducting observations and interviews, with the research object at Niri Cafe. The research technique in this research is the SWOT analysis technique.

The research results show that Niri Cafe applies the concept of a digital marketing strategy through social media Instagram. Digital marketing enables the company to reach a wider market to market products efficiently. The condition of the company in quadrant I (positive), this indicates that the company is in a strong condition and has opportunities. The strategy recommendations given are progressive, meaning the company is in prime condition. This is proven by the results of the matrix values at the IFAS and EFAS matrix stages. The X value is the difference between total strengths (S) minus total weaknesses (W), and for the Y value, it is the difference between total opportunities (O) minus total threats (T). The results of the matrix of X values and Y values, $X = 0.87 - 0.78$, $Y = 0.93 - 0.84 = 0.09$. In this way, it is very possible to continue to enlarge and expand business growth for the sake of sustainable company progress.

Keywords: *Digital, Marketing, Strategy, Business, Competition.*

المخلص

في مواجهة NiriCafe استراتيجية التسويق الرقمي لـ "٢٠٠٨٢٠٤٠٢٧، NIM: ادي فيرنا مولاني،
"منافسة أعمال الطهي في مدينة سيريبون"

في مواجهة المنافسة الصناعية المتزايدة الشدة اليوم، وخاصة صناعة الطهي، والتي تعد أحد مجالات الأعمال التي تحظى الآن بطلب كبير بين الجمهور، هناك المزيد والمزيد من المنافسين حولها ويستمر في النمو والتطور. عند بدء مشروع تجاري، هناك العديد من الأشياء المهمة التي يجب الاستعداد لها لدعم سير العمل بسلاسة. واحد منهم هو تصميم استراتيجية العمل. ولذلك، فإن الهدف من هذا البحث هو معرفة في مواجهة منافسة أعمال الطهي في مدينة NiriCafe وتحليل استراتيجية التسويق الرقمي لشركة سيريبون.

في هذا البحث، استخدم الباحثون أساليب البحث النوعي وتم جمع البيانات لهذا البحث من خلال إجراء تقنية البحث في هذا البحث هي تقنية تحليل NiriCafe. الملاحظات والمقابلات، مع كائن البحث في SWOT.

تطبق مفهوم استراتيجية التسويق الرقمي من خلال وسائل NiriCafe وتظهر نتائج البحث أن شركة ، حيث يمكن التسويق الرقمي الشركة من الوصول إلى سوق أوسع Instagram التواصل الاجتماعي لتسويق المنتجات بكفاءة. وضع الشركة في الربع الأول (إيجابي) وهذا يدل على أن الشركة في وضع قوي ولديها فرص. تعتبر توصيات الإستراتيجية المقدمة تقدمية، مما يعني أن الشركة في حالة ممتازة. يتم إثبات هي الفرق بين إجمالي X قيمة EFAS و IFAS ذلك من خلال نتائج قيم المصفوفة في مرحلتي مصفوفة (O) ، فهي الفرق بين إجمالي الفرص Y ، وبالنسبة لقيمة (W) ناقص إجمالي نقاط الضعف (S) نقاط القوة . $X = 0.87 - 0.78$ ، $Y = 0.93 - 0.84 = 0.09$ ، $X = 0.87 - 0.78$ ، $Y = 0.93 - 0.84 = 0.09$ ، $X = 0.87 - 0.78$ ، $Y = 0.93 - 0.84 = 0.09$.
بهذه الطريقة، من الممكن جدًا الاستمرار في توسيع وتوسيع نمو الأعمال من أجل التقدم المستدام للشركة.

الكلمات البحث : استراتيجية التسويق الرقمي، المنافسة التجارية

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM
MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah (EKOS)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Ade Firna Maulani

NIM: 2008204027

Pembimbing:

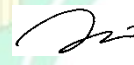
Pembimbing I,



Moh. Mab'ruri Faozi, MA

NIP. 197802052011011004

Pembimbing II,



Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy

NIP. 320170519860223000

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



H. Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312232007011022

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 **Ade Firna Maulani, NIM : 2008204027** dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON”**. 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 munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,



Moh. Mab'ruri Faozi, MA

NIP. 197802052011011004

Pembimbing II,



Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy

NIP.3201170519860223000

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



H. Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312232007011022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON”, oleh Ade Firna Maulani, NIM : 2008204027, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal

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 Munaqosyah

Ketua Sidang,



H. A. Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 197312232007011022

Sekretaris Sidang,

H. Syaeful Bakhri, SE., M.Si
NIP. 197311252014111002

Penguji I,

Dr. Layaman, S.E., M.Si.
NIP. 197212007201211011002

Penguji II,

Dr. H. Didi Sukardi, M.H.
NIP. 196912262009121001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : ADE FIRNA MAULANI

NIM : 2008204027

Tempat Tanggal Lahir: Cirebon, 20 Januari 2002

Alamat : Griya Cempaka Arum Jl. Nusa Indah 1 D.593-594

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Usaha Niri Cafe dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner di Kota Cirebon” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

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

Cirebon, Maret 2024

Saya yang menyatakan,



ADE FIRNA MAULANI

NIM.2008204027

KATA PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Mamah dan Papah tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Mamah dan Papah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Mamah dan Papah bahagia karna kusadari, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Mamah dan Papah yang selalu membuat termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik, Terima Kasih Mamah...Terima kasih Papah...





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di kota Cirebon tanggal 20 Januari 2002. Dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Ade Firna Maulani. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Ibu Hj. Iis Murtiningsih, SE dengan Bapak Drs. H. Rokila.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. TK An Nur Kabupaten Cirebon pada tahun 2008
2. SDN 2 Wanasaba Lor Kabupaten Cirebon pada tahun 2014
3. SMPN 1 Sumber Kabupaten Cirebon pada tahun 2017
4. MAN 2 Kota Cirebon pada tahun 2020

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul Skripsi

"STRATEGI PEMASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON",

dibawah bimbingan Bapak Moh. Mab'ruri Faozi, MA dan Ibu Ila Navilah S.Sos., M.E.Sy.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Digital Usaha Niri Cafe dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Kuliner di Kota Cirebon” ini dapat diselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat yang kelak akan memberikan syafa’at bagi umatnya.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah (SI) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun.
6. Bapak Moh. Mab’ruri Faozi, MA dan Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Catur selaku manager Niri Cafe yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Yuliyanti selaku HRD dan seluruh pegawai beserta staff Niri Cafe yang lain, yang telah banyak membantu penulis selama penelitian skripsi di Niri Cafe.
9. Ayahanda Bapak Drs. H. Rokila dan Ibu Hj. Iis Murtiningsih, SE serta Kakak tercinta yang telah memberikan do’a, motivasi, spirit, dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran bagi penyusunan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak semua penyusun sebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terima kasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Cirebon, Maret 2024

Penyusun,

Ade Firna Maulani

NIM: 2008204027



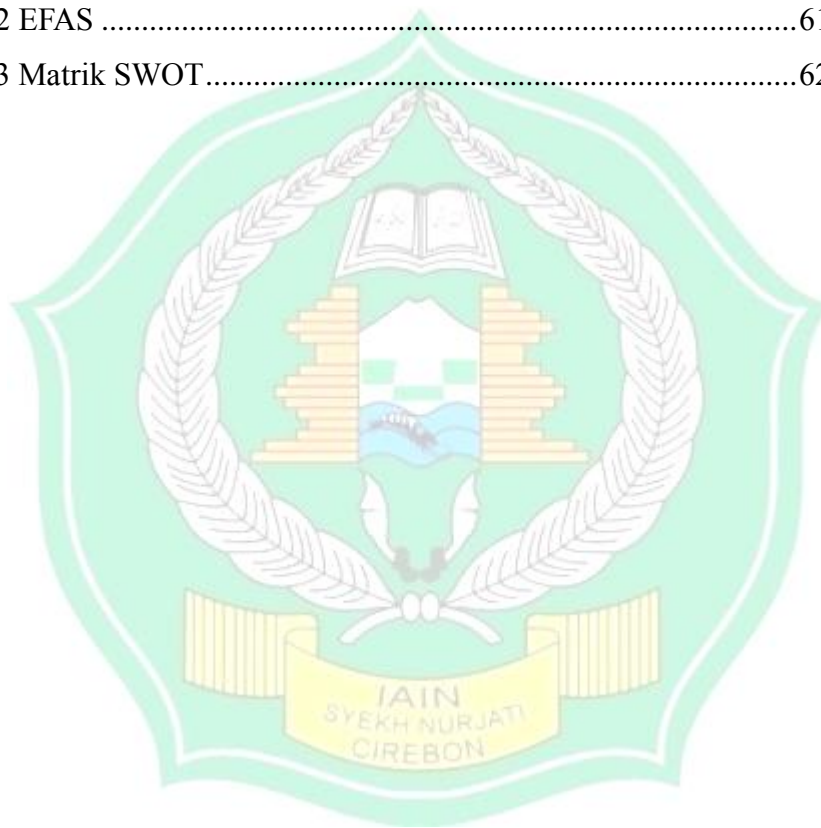
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Identifikasi Masalah.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu.....	6
F. Kerangka Penelitian	13
G. Metodologi Penelitian	14
H. Sistematika Penulisan.....	23
BAB II STRATEGI PEMASARAN DIGITAL	25
A. Strategi Pemasaran.....	25
B. Digital Marketing.....	27
C. SWOT	29
D. Srategi Bauran Pemasaran.....	35

BAB III GAMBARAN UMUM NIRI CAFE.....	39
A. Sejarah Niri Cafe.....	39
B. Profil Niri Cafe.....	41
C. Struktur Organisasi Niri Cafe.....	42
D. Daftar Menu Niri Cafe	42
BAB IV STRATEGI PEASARAN DIGITAL USAHA NIRI CAFE DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS KULINER DI KOTA CIREBON	45
A. Konsep Digital Marketing Niri Cafe.....	45
B. Penerapan Digital Niri Cafe.....	49
C. Dampak Digital Niri Cafe	53
D. Strategi Digital Niri Cafe	56
E. Matrik IFAS	59
F. Matrik EFAS	60
G. Matrik Grand Strategi	61
H. Matrik SWOT.....	62
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Coffe Shop di Kota Cirebon	2
Tabel 1.2 Contoh IFAS.....	17
Tabel 1.3 Contoh EFAS.....	19
Tabel 2.1 Contoh IFAS.....	33
Tabel 2.2 Contoh EFAS.....	35
Tabel 4.1 IFAS.....	60
Tabel 4.2 EFAS	61
Tabel 4.3 Matrik SWOT.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.1 Matrik Grand Strategy.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

SK Pembimbing	71
Surat Pengantar Penelitian	72
Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	73
Kartu Bimbingan	74
Panduan Pertanyaan Wawancara	75
Transkrip Wawancara Hasil Penelitian	78
Dokumentasi Penelitian	80



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI NOMOR: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar Huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (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	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Apostraf terbalik
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	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu fathah untuk vokal a, kasroh untuk vokal i, dan dhammah untuk vokal u. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu harakat u (fathah) diikuti wawu (و) sukun (mati), dan ai yaitu harakat a (fathah) diiringi huruf ya' (ي) sukun (mati).

Contoh :

- kaifa كَيْفًا

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا... ي... ا...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
... ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ - qāla

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasra dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. 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 ha(h).

Contoh :

- raudah al-atfal رَوْضَةُ الْاَطْفَالِ

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- rabbana رَبَّنَا

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

Contoh :

اجلُّل – al jalalu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

إن - اِنَّ

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

بِسْمِ هَلَّا َمَرَاهَا ُومر سَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

I. 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:

لَدِ إِلَّا رَسُولًا وَمَا مَّ

Wa mā Muhammadun illā rasl

