

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DI
KABUPATEN MAJALENGKA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

JULYANTO HERMAWAN

NIM: 2008204036

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

ABSTRAK

Juliyanto Hermawan. NIM 2008204036. Pengaruh Digital Marketing dan Marketplace Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Majalengka

Pendapatan pelaku usaha mikro kecil dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya penggunaan *digital marketing* dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis digital marketing dan marketplace terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka yang berjumlah 28.113 pelaku usaha. Adapun Teknik yang digunakan dalam pengambilan jumlah sampel yaitu rumus slovin dan diperoleh sampel 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji t variabel digital marketing memiliki nilai $T_{hitung} 4,021 > T_{tabel} 1,660$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka. Variabel marketplace memiliki nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $5,189 > 1,660$, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya *marketplace* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka. Serta hasil uji F menunjukan bahwa nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu sebesar $(115,243 > 3,09)$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya digital marketing dan marketplace secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Majalengka..

Kata Kunci: Digital Marketing, Marketplace, Pendapatan

ABSTRACT

Juliyanto Hermawan. NIM 2008204036. The Influence of Digital Marketing and Marketplaces on the Income of Micro and Small Enterprises in Majalengka Regency

The income of micro and small business actors is influenced by several factors, including the use of digital marketing and marketplaces as marketing tools. This research aims to analyze digital marketing and marketplaces on the income of micro and small businesses in Majalengka Regency

This research uses associative research and a quantitative approach. The population in this research is micro and small business actors in Majalengka Regency, totaling 28,113 business actors. The technique used in taking the sample size was the Slovin formula and a sample of 100 respondents was obtained.

The results of this research show that the t test for the digital marketing variable has a value of $T_{count} 4.021 > T_{table} 1.660$ with a significance level of $0.000 < 0.05$, meaning that digital marketing has a positive and significant effect on the income of micro and small businesses in Majalengka Regency. The marketplace variable has a value of $T_{count} > T_{table}$, namely $5.189 > 1.660$, with a significance level of $0.000 < 0.05$, meaning that the marketplace has a positive and significant effect on the income of micro and small businesses in Majalengka Regency. And the results of the F test show that the $F_{count} > F_{table}$ value, which is $(115.243 > 3.09)$ and the significance level is $0.000 < 0.05$, meaning that digital marketing and the marketplace together have a positive and significant effect on the income of micro and small businesses in Majalengka Regency..

Keywords: Digital Marketing, Marketplace, Revenue

الملخص

جوليانتو هيرماوان. NIM 2008204036. تأثير التسويق الرقمي والأسواق على دخل المؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر في منطقة ماجالينجكا

يتأثر دخل الجهات الفاعلة في مجال الأعمال الصغيرة ومتناهية الصغر بعدة عوامل، بما في ذلك استخدام التسويق الرقمي والأسواق كأدوات تسويقية. يهدف هذا البحث إلى تحليل التسويق الرقمي والأسواق على دخل الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر في منطقة ماجالينجكا وفقاً للمنظور الاقتصادي الشرعي.

يستخدم هذا البحث البحث الترابطي والنهج الكمي. السكان في هذا البحث هم ممثلو الأعمال الصغيرة والصغيرة في منطقة ماجالينجكا، ويبلغ مجموعهم 28,113 ممثلاً تجارياً. وكانت التقنية المستخدمة في أخذ حجم العينة هي الصيغة السلوفينية وتم الحصول على عينة مكونة من 100 مستجيب.

أظهرت نتائج هذا البحث أن اختبار t المتغير التسويق الرقمي له قيمة $T_{table} < T_{count} 4.021$ بمستوى دلالة $0.000 > 0.05$ ، مما يعني أن التسويق الرقمي له تأثير إيجابي ومعنوي على دخل المؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر. الأعمال التجارية في Majalengka رجيسي. يحتوي متغير السوق على قيمة $T_{table} < T_{count}$ ، وهي $1.660 < 5.189$ ، مع مستوى دلالة $0.000 > 0.05$ ، مما يعني أن السوق له تأثير إيجابي وهام على دخل الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر في Majalengka Regency. وأظهرت نتائج اختبار F أن قيمة $F_{table} < F_{count}$ وهي $(3.09 < 115.243)$ ومستوى الدلالة هو $0.000 > 0.05$ ، أي أن التسويق الرقمي والسوق معاً لهما تأثير إيجابي ومعنوي على دخل الشركات الصغيرة والشركات الصغيرة في منطقة ماجالينجكا.

كلمات البحث: التسويق الرقمي، السوق، الإيرادات

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE*
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DI
KABUPATEN MAJALENGKA**

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


Oleh :

JULIYANTO HERMAWAN
NIM : 2008204036


Menyetujui :

Pembimbing

Pembimbing I


Dr. H. Edy Setvawan, Lc., MA
NIP. 19770405 200501 1003

Pembimbing II


H. Syaefui Bakhri, S.E., M.Si
NIP.19731125 201411 1 002

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


H. A. Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP.19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

**Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati
Di Cirebon**

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Setelah melakukan bimbingan , arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Juliyanto Hermawan, Nim: 2008204036 dengan judul “**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Marketplace* Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Majalengka**”, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Menyetujui :

Pembimbing

Pembimbing I

Dr. H. Edy Setvawan, Lc., MA

NIP. 19770405 200501 1003

Pembimbing II

H. Syaefui Bakhri, S.E., M.Si

NIP.19731125 201411 1 002

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



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

NIP.19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Marketplace* Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Majalengka**”. Oleh Juliyanto Hermawan, Nim: 2008204036, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 11 Juni 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam (FEBI) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah

Ketua Sidang,



Reza Dinda Dwi Nugroho, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang,

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP.19731125 201411 1 002

Penguji 1,

Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si.
NIP. 19730107 200901 2 001

Penguji 2,

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.
NIP. 198904212020121006

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juliyanto Hermawan

NIM : 2008204036

Tempat, Tanggal Lahir : Majalengka, 20 Juli 2001

Alamat : Blok Ahad rt 02 rw 02 no.16 Desa Bongas Wetan
Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka Provinsi
Jawa Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Digital Marketing dan Marketplace Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Majalengka***”. 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 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, 11 Juni 2024

Pembuat Pernyataan ,


SEPULUH RIBU RUPIAH
TGL. 20
METERAI
TEMPEL
5A97CALX190244958
Juliyanto Hermawan

NIM : 2008204036

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

	<p>Penulis bernama Juliyanto Hermawan, lahir di Majalengka pada tanggal 20 Juli 2001. Penulis merupakan anak pertama dari 2 (dua) bersaudara, dari pasangan Bapak Iwa dan Ibu Rosidah. Penulis bertempat tinggal di Blok Ahad rt 02 rw 02 no.16 Desa Bongas Wetan Kecamatan Sumberjaya Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat</p>
---	---

Jenjang pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. RA Istiqomah
2. SDN Bongas Wetan 4
3. Mts Swasta Al - Ishlah Persis Majalengka
4. MA Swasta Al – Ishlah Persis Majalengka

Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Ekonomi Bisnis Islan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang mengambil judul penelitian “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE* TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DI KABUPATEN MAJALENGKA** di bawah bimbingan Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., MA. dan Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

MOTTO

“Untuk menggapai sesuatu harus diperjuangkan terlebih dahulu. Sama hanya saat mengambil buah kelapa dan tidak menunggu saja seperti jatuh durian yang sudah masak”

– Mohammad Natsir



KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Sujud syukur saya persembahkan pada Allah Subhanahu Wa Ta`ala atas karunia dan kemudahan yang telah diberikan serta kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan.

Oleh karena itu skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada kedua orang tua saya, Bapak Iwa dan Ibu Rosidah, yang telah mendukung secara material beserta do`a yang selalu dilantunkan dengan penuh keikhlasan dan kekhusyukan. Dan beserta keluarga yang selalu menyemangati dan memberi masukan selama penyusunan skripsi ini secara langsung maupun secara tidak langsung.

Dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktunya dan bersabar tak kenal lelah dalam menghadapi mahasiswanya. Kepada pelaku usaha, mikro, kecil yang telah memberikan izin dan menyempatkan waktunya dalam mengisi kuesioner untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Selain itu, tak lupa skripsi ini saya persembahkan terhadap teman-temanku yang telah menyemangati, menghibur, memberi masukan dan sindiran agar penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan baik. Selain itu terimakasih kuucapkan pada seseorang yang tidak bisa disebutkan Namanya dalam skripsi ini, yang telah menjadi penyemangat dan trigger untuk menjadikan penulis lebih baik dan berubah dalam segala hal.

Untuk semua orang yang telah disebut maupun yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih dan semoga Allah selalu memberikan perlindungan, kesehatan, rizki dan balasan terbaik dari do`a do`a yang belum terkabulkan. Amiin.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, dan *Marketplace* Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Majalengka”. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi semua manusia dalam mengarungi kehidupan.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik, tanpa adanya bimbingan dan sumbang pemikiran dari berbagai pihak. Atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya, penulis ucapkan terimakasih kepada:

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir semester akademik (Skripsi) dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi besar Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunahnya.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan Kerjasama dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa peneliti ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah. Dan Bapak Syaeful Bakhri, Se.,M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc.MA selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Terimakasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan. Pengarahan. Serta mendengarkan keluh kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
5. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungannya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kepala dan Staff perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memudahkan peneliti untuk mendapatkan berbagai referensi dalam penyelesaian skripsi.
8. Terhadap pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi ini :Pelaku Usaha, yang telah memberikan izin dan waktunya yang bersedia direpotkan dalam proses penyusunan .
9. Teman yang selalu ada untuk berkumpul bersama dikosan selama masa perkuliahan Chairi Asyahad Yahya, Rizky Ardiyansyah, Rivan Hamzah, dan Muhammad Ilham Bahauddin.
10. Teman-teman kelasku Ekonomi Syariah B & teman seangkatan 2020 lainnya. Terimakasih telah memberikan semangat dan do`a sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik

11. Teman-temanku yang ada disini maupun yang jauh disana. Terimakasih telah memberikan semangat dan do`a sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik

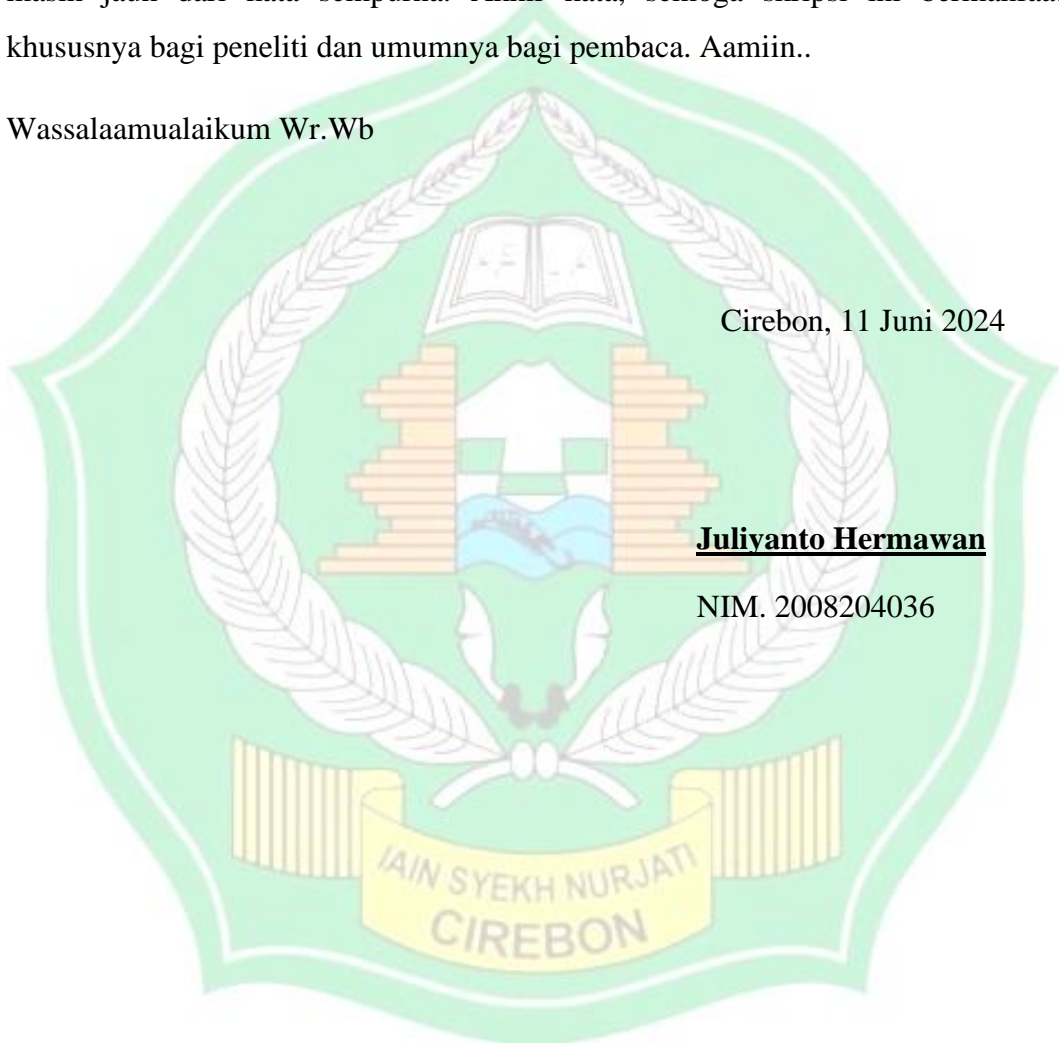
Walaupun penyusunan skripsi ini telah selesai, namun saran dan masukan dari semua pihak senantiasa peneliti harapkan. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi pembaca. Aamiin..

Wassalaamualaikum Wr.Wb

Cirebon, 11 Juni 2024

Juliyanto Hermawan

NIM. 2008204036



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Grand Theory Technology Acceptance Model	12
B. Digital Marketing.....	13
C. Marketplace	20
D. Pendapatan	22
E. UMKM	28

F. Penelitian Terdahulu	33
G. Kerangka Penelitian	45
H. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
B. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	48
C. Sumber Data Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel Penelitian	49
E. Definisi Operasional Variabel	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1. Kuesioner	52
2. Dokumentasi	52
3. Observasi.....	53
G. Teknik Analisis Data	53
1. Uji Instrumen	53
2. Uji Asumsi Klasik.....	55
3. Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Gambaran Deskripsi Responden	61
C. Uji Instrumen.....	68
D. Distribusi Frekuensi Variabel.....	77
E. Hasil Penelitian	80
1. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	88
3. Hasil Uji Hipotesis.....	80
H. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 jumlah pengguna internet di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Indonesia...3	3
Gambar 3. 1 Aktivitas Belanja Online.....	5
Gambar 4.1 Kerangka Berpikir.....	45



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMK di Kabupaten Majalengka.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 6.1 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 7.1 Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha.....	63
Tabel 8.1 Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	64
Tabel 9.1 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	64
Tabel 10.1 Uji Validitas Digital Marketing.....	65
Tabel 11.1 Uji Validitas Marketplace.....	66
Tabel 12.1 Uji Validitas Pendapatan.....	67
Tabel 13.1 Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 14.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Digital Marketing.....	69
Tabel 15.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Marketplace.....	71
Tabel 16.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pendapatan	73
Tabel 17.1 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 18.1 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 19.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 20.1 Hasil Analisis Linear Berganda.....	79
Tabel 21.1 Hasil Uji T (Parsial).....	80
Tabel 22.1 Hasil Uji F (Simultan).....	82
Tabel 23.1 Hasil Koefisien Determinasi.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	103
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik dan Hipotesis.....	108
Lampiran 5. SK Pembimbing.....	111
Lampiran 6. Surat Pengantar Penelitian.....	112
Lampiran 7. Dokumentasi Dokumentasi.....	113
Lampiran 8. Cek Plagiasi.....	115
Lampiran 9. Kartu Bimbingan Skripsi.....	116
Lampiran 10. Tabel Tabulasi.....	117



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. Uraian secara garis besarnya sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonen konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini merupakan tabel daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	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	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	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
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal (*Monoftong*)

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ـَ	Fathah	A	A

ـَ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ ditulis *kataba*

فَعَلَ ditulis *fa`ala*

سُئِلَ ditulis *su'ila*

2. Vokal Rangkap (Diftong)

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ـَيَ	Fathah dan Ya	Ai	A dan I
ـَوَ	Fathah dan Wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ ditulis *kaifa*

حَوْلَ ditulis *hau-la*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis masing-masing dengan tanda (-) di atasnya. Berikut ini tabel maddah dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ـَا	Fathah dan Alif atau Ya	Ā	a dan garis di atas
ـِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
ـُو	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ ditulis *qāla*

رَمَى ditulis *ramā*

قِيلَ ditulis *qīla*

يَقُولُ ditulis *yaqūlu*

D. Ta'Marbutah

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

1. *Ta' Marbutah Hidup*

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah “t”.

2. *Ta' Marbutah Mati*

Ta' marbutah mati atau yang 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 “h”.

Contoh:

الْمُنَوَّرَةُ الْمَدِينَةُ ditulis *al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul munawwarah*

طَلْحَةَ ditulis *ṭalḥah*

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

زُيْن ditulis *zuyyina*

الْحُبُّ ditulis *al-ḥubbu*

F. Kata Sandang *Alif +Lam* (ال)

Kata sandang *alif lam* dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, transliterasi kata sandang *alif lam* itu dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

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 sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

Contoh:

الدِّينُ ditulis ad-dīnu

النَّاسُ ditulis an-nāsu

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, yaitu ditulis dengan “al”.

Contoh:

الْكِتَابُ ditulis al-kitābu

الْحُكْمُ ditulis al-ḥukmu

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya diberi tanda apa pun dan tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif. Hamzah dapat ditransliterasikan dengantanda *apostrof* apabila hamzah terletak di tengah dan di akhir kata, jika terletak diantara dua hal tersebut maka ditulis dengan tanda (’).

Contoh:

تَأْكُلُ ditulis ta’kulu

النَّوْءُ ditulis an-nau’u

إِنَّ ditulis inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi’il* (kata kerja), *isim* (kata benda) maupun *huruf* 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 penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

المَكْرَمَةُ الْمَكَّةُ ditulis *al-makkah al-mukarramah / al-makkatul mukarramah*

وَمُرْسَاهَا حَجْرَاهَا اللَّهُ بِسْمِ ditulis *bismillāhi majrehā wa mursāhā*

I. Huruf Kapital

Walau 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:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ditulis *Alhamdulillah rabbil `ālamīn*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ ditulis *izqāla Yūsufu*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ ditulis *Allaāhu gafūrun rahīm*

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا ditulis *Lillāhi al-amru jamī`an / Lillāhil-amru jamī`a*