

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT BPR SINAR MAS PELITA

KC SINDANGLAUT

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN 2024

ABSTRAK

Aldo Rahmandhani 1708203191 “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT BANK BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT”

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui strategi pemasaran, menganalisis dan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran dan untuk mengetahui upaya apa saja yang sudah di lakukan BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut dalam strategi pemasaran produk tabungan dan deposito.

Di Indonesia, Bank Perkreditan Rakyat sudah menjadi bagian dari perekonomian yang sangat diterima masyarakat sebagai lembaga keuangan yang membantu dalam hal keuangan. Salah satu BPR yang sudah tidak asing lagi khususnya bagi daerah Cirebon Timur Kabupaten Cirebon yaitu Bank Perkreditan Rakyat Sinar Mas Pelita. BPR ini setia membantu masyarakat dan memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan memuaskan. Pemasaran merupakan salah satu disiplin ilmu, pemasaran memiliki elemen-elemen metode ilmiah yang dapat menghasilkan teori-teori pemasaran. Secara metodologis kajian pemasaran telah memiliki ruang diskusi tersendiri dan mampu membuktikan eksistensinya dalam dunia akademisi yang ditandai dengan banyaknya kajian pemasaran masa kini.

Adanya perkembangan dalam bidang jasa maupun produk menyebabkan setiap perusahaan menyusun strategi pemasarannya untuk mempertahankan perusahaan. Pemasaran yang efektif yang bisa dijadikan sebagai pijakan bagi para pemasar yaitu strategi *marketing mix*. Oleh karena itu, dalam menjalannya aktivitas bauran pemasaran haruslah memiliki prinsip-prinsip yang terdapat dalam pemasaran Islami dimana mengacu kepada Al-Quran dan Hadist.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglaut telah melakukan pemasaran yang efektif, antara lain: produk yang bervariasi dan berkualitas tinggi, penetapan harga yang wajar tidak menekankan harga terlalu tinggi, pemilihan lokasi berada di kawasan strategis, dari segi promosi telah menggunakan berbagai macam cara seperti periklanan, pameran, hadiah, mempunyai staf yang berpengalaman dan profesional, senantiasa memberikan loyalitas kepada konsumen, serta sarana pendukung perusahaan yang memadai.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*

ABSTRACT

Aldo Rahmandhani 1708203191 ““MARKETING STRATEGY FOR PRODUCTS AND SERVICES OF SINAR MAS PELITA PEOPLE'S CREDIT BANK””

This research aims to find out marketing strategies, analyze and find out what factors influence marketing strategies and find out what efforts are made by BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglout in marketing strategies for savings and deposit products.

In Indonesia, Rural Banks have become a part of the economy that is highly accepted by the public as financial institutions that help with financial matters. One of the familiar BPR, especially in the East Cirebon area, Cirebon Regency, is the Sinar Mas Pelita People's Credit Bank. This BPR is loyal to helping the community and providing satisfactory services to the community. Marketing is a scientific discipline, marketing has elements of scientific methods that can produce marketing theories. Methodologically, marketing studies have their own discussion space and are able to prove their existence in the academic world, this is indicated by the large number of marketing studies currently.

Developments in the services and products sector mean that every company must develop a marketing strategy to maintain its company. Effective marketing that can be used as a basis for marketers is the strategic marketing mix. Therefore, when carrying out marketing mix activities, you must adhere to the principles contained in Islamic marketing which refer to the Al-Quran and Hadith.

The results of the research show that BPR Sinar Mas Pelita KC Sindanglout has carried out effective marketing, including: varied and quality products, reasonable prices without pushing prices too high, choosing locations in strategic areas, in terms of promotion, various methods such as advertising have been used. , exhibitions, prizes, has experienced and professional staff, always provides loyalty to consumers, as well as adequate company support facilities.

Keywords: Marketing, Marketing Strategy, Marketing Mix

خلاصة

ألدو رحمانداني ١٧٠٨٢٠٣١٩١ "استراتيجية التسويق لمنتجات وخدمات بنك سينار ماس بيليتا للائتمان الشعبي"

في إندونيسيا، أصبحت البنوك الريفية جزءًا من الاقتصاد الذي يحظى بقبول كبير من قبل الجمهور كمؤسسة مالية تساعد في الأمور المالية. أحد البنوك الشعبية المألوفة، خاصة في منطقة شرق سيريبون، مقاطعة سيريبون، هو بنك الائتمان الشعبي سينار ماس بيليتا. إن هذا مخلص لمساعدة المجتمع وتقديم خدمات مرضية للمجتمع. التسويق هو نظام علمي، والتسويق لديه عناصر من الأساليب العلمية التي يمكن أن تنتج نظريات التسويق. ومن الناحية المنهجية فإن الدراسات التسويقية لها مساحة نقاشية خاصة بها وهي قادرة على إثبات وجودها في العالم الأكاديمي الذي يتميز بكثرة الدراسات التسويقية اليوم. التطور في قطاع الخدمات والمنتجات يدفع كل شركة إلى تطوير استراتيجية تسويقية للحفاظ على الشركة. التسويق الفعال الذي يمكن استخدامه كموطئ قدم للموسقين هو استراتيجية المزيج التسويقي. ولذلك، عند القيام بأنشطة المزيج التسويقي، يجب تنفيذ المبادئ الواردة في التسويق الإسلامي والتي تشير إلى القرآن والحديث.

يهدف هذا البحث إلى تحديد استراتيجيات التسويق وتحليل وتحديد العوامل المؤثرة على استراتيجيات التسويق وتحديد الجهود التي تبذلها المكاتب الفرعية في استراتيجيات التسويق لمنتجات الادخار والودائع. تظهر نتائج البحث أن قامت بتنفيذ تسويق فعال، بما في ذلك: منتجات متنوعة وعالية الجودة، وأسعار معقولة دون التأكيد على الأسعار المرتفعة للغاية، واختيار الموقع في منطقة استراتيجية، من حيث الترويج لها استخدمت مجموعة متنوعة من الأساليب مثل الإعلانات والمعارض والجوائز، ووجود موظفين ذوي خبرة ومهنية، وتوفير الولاء دائمًا للمستهلكين، فضلاً عن مرافق دعم الشركة الكافية. وبصرف النظر عن ذلك، في القيام بالأنشطة التسويقية.

الكلمات المفتاحية: التسويق، استراتيجية التسويق، المزيج التسويقي

IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT BPR SINAR MAS PELITA KC
SINDANGLAUT**

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

Oleh:

Aldo Rahmandhani

NIM. 1708203191

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

Dr. Wartoyo, M.S.I

NIP. 198307022011011008

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Wartoyo, M.S.I

NIP. 198307022011011008

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Aldo Rahmandhani**, NIM: 1708203188 dengan judul "**Strategi Pemasaran Produk PT BPR Sinar Mas Pelita KC Sindang Laut**" (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003


Dr. Wartoyo, M.S.I

NIP. 19830702 201101 1 008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah




Dr. Wartoyo, M.S.I

NIP. 19830702 201101 1 008

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk PT BPR Sinar Mas Pelita KC Sindang Laut”, oleh Aldo Rahmandhani, NIM : 1708203191, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 30 Mei 2024 di hadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus. Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah,

 <p>Ketua Sidang</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>Dr. Wartoyo, M.S.I NIP. 19830702 201101 1008</p>	<p>Sekretaris Sidang</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>Hj. Nining Wahyuningsih, SE.MM NIP. 19730930 200710 2 001</p>
<p>Dosen Penguji I</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>Hj. Nining Wahyuningsih, SE.MM NIP. 19730930 200710 2 001</p>	<p>Dosen Penguji II</p> <p><i>[Signature]</i></p> <p>Dr. Layaman, M.Si NIP. 19721007 201101 1 002</p>

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawa ini

Nama : Aldo Rahmandhani
NIM : 1708203191
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Produk PT BPR Sinar Mas
Pelita Kc Sindanglaut

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) di IAIN SyekhNurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun keseluruhan isinya merupakan karya plagiat. Penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 Mei 2024

Pembuat pernyataan



Aldo Rahmandhani

NIM. 1708203191

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi rahmat, hidayah dan karunia Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan lancar. Tidak lupa Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta sahabat dan segenap pengikutnya yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat yang kelak akan memberikan syafaat bagi umat-Nya.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta sebagai tanda bakti dan hormat serta rasa terimakasih yang tak terhingga. Segala dukungan, kasih sayang, jerih payah, dan lantunan harapan yang orang tua penulis sematkan dalam doa tentunya tidak akan mungkin terbalaskan hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk orangtua penulis bahagia, karena penulis sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Doa dan ridha selalu diharapkan, karena penulis yakin keduanya merupakan jembatan untuk meraih segala mimpi dan kesuksesan. Kebaikan kalian mungkin tidak dapat terbalaskan, namun penulis selalu meminta kepada Allah SWT agar senantiasa memberikan rahmat dan *maghfirah* serta membalas segala kasih sayang dengan kebaikan-kebaikan yang telah kalian beri kepada penulis.

Tak lupa penulis ucapkan untuk kakak, saudara, dan teman-teman penulis yang telah memberi dukungan baik secara materi maupun non materi sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

MOTTO

“Rahasia kesuksesan adalah mengetahui yang orang lain
belum ketahui.” – Aristotle Onassis



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap

Aldo Rahmandhani dilahirkan di Kabupaten Cirebon, tanggal 29 November 1999.

Penulis merupakan anak dua dari tiga bersaudara dengan pasangan Bapak Affandi dan Ibu Annah Rokhana. Penulis bertempat tinggal di Dusun Manis RT/RW 04/03 Desa Mertapada Kulon, Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang di tempuh penulis adalah :

1. Tk Attoyibah Mertapada Wetan Cirebon (2003-2005)
2. SD Negeri 3 Mertapada Kulon Cirebon (2005-2011)
3. MDA Attoyibah Mertapada Wetan Cirebon (2005-2011)
4. MTS AI Mertapada Kulon Cirebon (2011-2014)
5. SMK Negeri 1 Lemah Abang Cirebon (2014-2017)

Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT” di bawah bimbingan Bapak Eef Saefulloh, M.Ag dan bapak Dr. Wartoyo, M.S.I

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia dan petunjuk-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PT BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT” ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, dan para sahabatnya yang telah memberikan nikmat iman dan islam sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada orang tua yang telah banyak memberikan doa, motivasi dan dukungan serta selalu memberikan semangat tiada henti dengan penuh kesabaran dan keikhlasan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Cirebon.

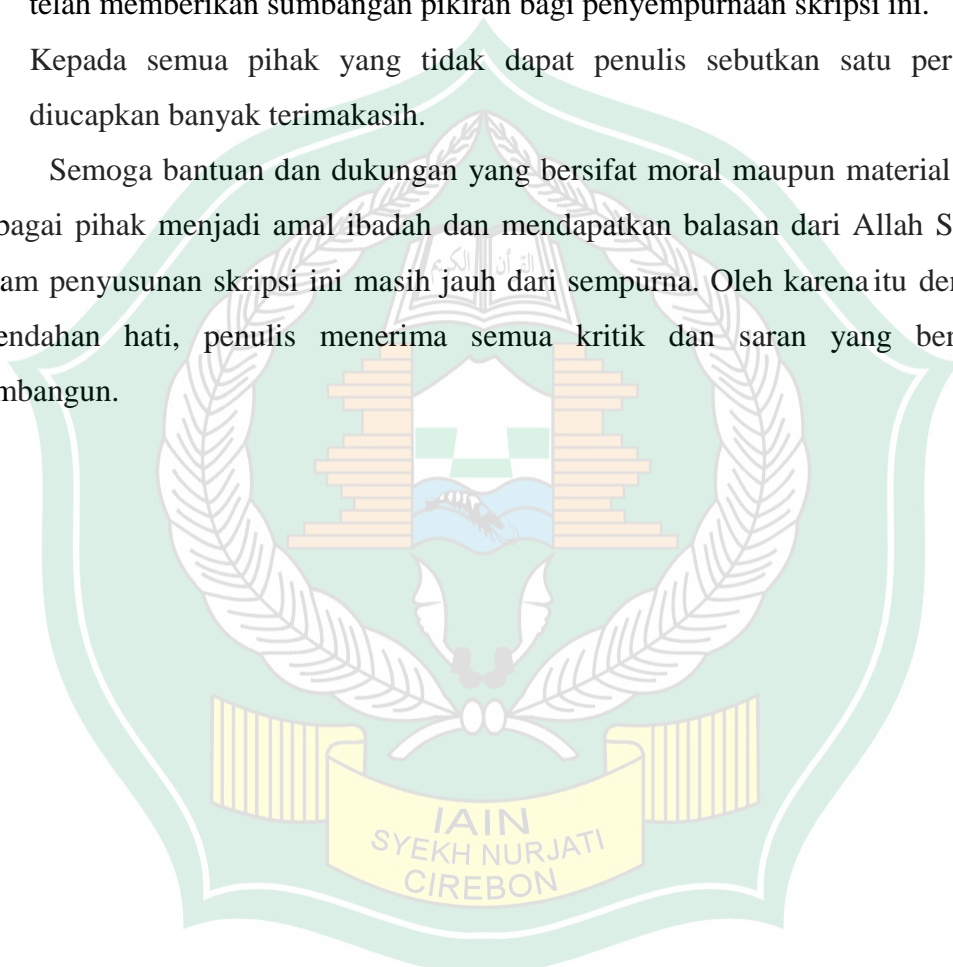
Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun, berkat kesungguhan hati dan kerja keras serta dorongan dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, sehingga membuat penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan semakin baik.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati

Cirebon yang dengan sabar dan ikhlas dalam mengajarkan keilmuan selama penulis menempuh perkuliahan.

7. Terimakasih seluruh Mahasiswa Perbankan Syariah yang telah membantu penulis dalam memberikan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih teman-teman Perbankan Syariah 2017, khususnya teman-teman Perbankan Syariah E yang berjuang bersama selama perkuliahan dan telah memberikan sumbangan pikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, diucapkan banyak terimakasih.

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



DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT	II
خلاصة.....	III
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	IV
NOTA DINAS.....	V
LEMBAR PENGESAHAN	VI
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	VII
KATA PERSEMBAHAN	VIII
MOTTO	IX
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	X
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
PEDOMAN TRANSLITERASI	XVII
1. KONSONAN	XVII
2. VOKAL	XIX
3. MADDAH	XIX
1. <i>penulisan kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa indonesia</i>	xx
2. <i>lafz al-jala>lah</i>	xx
3. <i>huruf kapital</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	11
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	12
D. LITERATUR RIVIEW/KAJIAN PUSTAKA.....	12
E. KERANGKA TEORI.....	17
1. <i>Strategi Pemasaran Produk</i>	17
2. <i>Kerangka Pemikiran</i>	24
F. SISTEMATIKA PENULISAN	27
G. METODOLOGI PENELITIAN.....	28
BAB II LANDASAN TEORI	33

A. KAJIAN PUSTAKA	33
A. <i>Strategi</i>	33
a. Pengertian Strategi	33
b. Tujuan Strategi	33
c. Jenis-Jenis Strategi	33
d. Tingkatan Strategi	34
B. <i>Pemasaran</i>	35
a. Defenisi Pemasaran	35
C. <i>Strategi Pemasaran</i>	35
1) Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	37
2) Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	37
D. <i>Produk</i>	41
BAB III PROFIL BANK PERKREDITAN RAKYAT SINAR MAS PELITA	43
A. LOGO PERUSAHAAN	43
B. SEJARAH BPR SINAR MAS PELITA	43
C. VISI DAN MISI BPR SINAR MAS PELITA	44
D. PROFIL PENGURUS PT BPR SINAR MAS PELITA	44
E. PEJABAT EKSEKUTIF KANTOR PUSAT NON OPERASIONAL	44
F. STRUKTUR ORGANISASI PT BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANG LAUT CIREBON	45
G. SEJARAH SINGKAT PIMPINAN	45
H. USAHA YANG DILAKUKAN BPR	48
I. FUNGSI DAN TUGAS BPR	49
J. MACAM MACAM PRODUK DAN JASA BANK PERKREDITAN RAKYAT	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. STATEGI PEMASARAN PRODUK BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT	56
B. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN DAN DEPOSITO BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT	61
C. UPAYA BPR SINAR MAS PELITA KC SINDANGLAUT DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN DAN DEPOSITO	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan	43
Gambar 4. 1 Daftar Angsuran SIMAS	60



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konsonan Bahasa Arab	xvii
Tabel 2. Vokal Bahasa Arab	xix
Tabel 3. Maddah	xix
Tabel 1 1 Penelitian Terdahulu	13



PEDOMAN TRANSLITERASI

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

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya dalam bahasa latin dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. Konsonan Bahasa Arab

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Tsa</i>	S	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>H}a</i>	H}	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Z al</i>	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>S}ad</i>	S}	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>D}ad</i>	D}	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>T}a</i>	T}	Te (dengan titik dibawah)

ظ	<i>Z}a</i>	Z}	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>'Ain</i>	' _	Apostrof terbalik
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	' _	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa di beri tanda apapun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (').



2. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau mendorong dan vokal rangkap atau dipotong.

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 2. Vokal Bahasa Arab

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fath{ah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>D{ammah</i>	U	U

3. Maddah

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

Tabel 3. Maddah

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / اِ / اِوْ	<i>Fath}ah dan alif atau ya</i>	a>	A dan garis diatas
اِ / اِوْ	<i>Kasrah dan ya</i>	i>	I dan garis diatas
اُ / اِوْ	<i>D}ammah dan wau</i>	u>	U dan garis diatas

Contoh :

تَا مِ

رَمِي

: ma>ta

: rama>

قِل : qi>la

1. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata,istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia. Tidak lagi ditulis menurut transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur' a>n*) sunnah, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh: *Fi> Z}ila al-Qur'a>n. Al-sunnah qabl al-tadwi>n.*

2. Lafz Al-Jala>lah

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>filaih* (frasa nominal).

Ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Contoh: *الله*

billa>hi>>.

الله : *di>>nullah>h.*

Adapun *ta marbu>t}ah* diakhir kata yang disansarkan kepada *lafz*

al-jala>lah ditransliterasi dengan huruf (t). Contoh: *رحمة*

rah}matilla>h.

حُم

hum f

3. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

