

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP ARJAWINANGUN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh :

HARTATI

NIM : 2008203007

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

1445 H/ 2024 M

ABSTRAK

HARTATI NIM: 2008203007,” Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun”, Pembimbing Ibu Hj Nining Wahyuningsih, SE,M.M dan Bapak Toto Suharto SE,M.Si. 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk pembiayaan mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun, serta kontribusinya dalam meningkatkan volume pembiayaan. Dengan memahami strategi pemasaran yang tepat diharapkan bank syariah dapat bersaing lebih baik dengan bank konvensional dan memenuhi kebutuhan nasabah secara optimal.

Pentingnya lembaga keuangan syariah di Indonesia, yang berfungsi untuk menyediakan layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, perbankan syariah diharapkan dapat memberikan solusi pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Perkembangan perbankan syariah menunjukkan trend positif, terutama dalam pembiayaan mikro. Namun, pangsa pasar bank syariah masih terbatas dibandingkan dengan bank konvensional, di mana mayoritas masyarakat lebih memilih produk bank konvensional. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan pangsa pasar bank syariah.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan sumber data primer yaitu diambil dari observasi dan wawancara, serta data sekunder berupa studi kepustakaan dan dokumentasi lainnya, kemudian keseluruhan data dikumpulkan selanjutnya dianalisis hingga memperoleh kesimpulan.

Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu : (1) Strategi pemasaran yang diterapkan mencakup bauran pemasaran 7P, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi), People (Orang), Physical Evidence (Bukti Fisik), dan Process (Proses). Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun menawarkan produk pembiayaan mikro dengan margin kompetitif, memanfaatkan lokasi strategis, serta menggunakan promosi langsung dan personal selling. Selain itu, penerapan teknologi melalui aplikasi i-Kurma memudahkan proses pengajuan pembiayaan. (2) Kontribusi strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan mikro pada Bank Syariah Indonesia Kcp Arjawinangun. Strategi pemasaran di Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun berhasil meningkatkan jumlah nasabah, terutama dalam produk pembiayaan mikro. Namun, pembiayaan mikro dengan akad ijarah mengalami stagnasi selama tiga tahun terakhir. Meskipun strategi promosi seperti penyebaran brosur dan personal selling sudah diterapkan, masih kurang efektif menarik minat terhadap akad ijarah. Hal ini disebabkan oleh promosi yang terbatas, prosedur pembiayaan yang dianggap rumit, dan kurangnya daya tarik khusus dari produk akad ijarah.

Kata kunci : *Strategi bauran pemasaran, pembiayaan mikro*

ABSTRACT

HARTATI NIM: 2008203007, "Analysis of the Marketing Strategy of Microfinance Products at Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun", Supervisor Mrs. Hj Nining Wahyuningsih, SE, M.M and Mr. Toto Suharto SE, M.Sc. 2024.

This study aims to analyze the marketing strategy of microfinance products at Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun, as well as its contribution in increasing financing volume. By understanding the right marketing strategy, it is hoped that Islamic banks can compete better with conventional banks and meet customer needs optimally.

The importance of Islamic financial institutions in Indonesia, which function to provide financial services in accordance with sharia principles, Islamic banking is expected to provide financing solutions that suit the needs of the community. The development of Islamic banking shows a positive trend, especially in microfinance. However, the market share of Islamic banks is still limited compared to conventional banks, where the majority of people prefer conventional bank products. Therefore, an effective marketing strategy is needed to increase the attractiveness and market share of Islamic banks.

The type of research used is a case study with a qualitative approach with a descriptive method. In collecting data, the author uses primary data sources, namely taken from observations and interviews, as well as secondary data in the form of literature studies and other documentation, then the entire data is collected and then analyzed until a conclusion is obtained.

The results obtained from this study are: (1) The marketing strategy implemented includes the 7P marketing mix, namely Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process. Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun offers microfinance products with competitive margins, taking advantage of strategic locations, and using direct promotions and personal selling. In addition, the application of technology through the i-Kurma application facilitates the financing application process. (2) Contribution of marketing strategy in increasing microfinance at Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun. The marketing strategy at Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun has succeeded in increasing the number of customers, especially in microfinance products. However, microfinancing with ijarah contracts has stagnated for the past three years. Although promotional strategies such as distributing brochures and personal selling have been implemented, it is still not effective in attracting interest in ijarah contracts. This is due to limited promotions, financing procedures that are considered complicated, and the lack of special appeal of the ijarah contract product.

Keywords: *Marketing mix strategy, microfinance*

ABSTRAK

هارتاتي نيم: 2008203007 ، "تحليل استراتيجيات التسويق لمنتجات التمويل الأصغر في BSI Kcp Arjawinangun" ، المشرف السيدة M.M ،SE ،Hj Nining Wahyuningsih والسيد Toto Suharto SE ،M.Sc. 2024

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجية تسويق منتجات التمويل الأصغر في BSI KCP Arjawinangun ، وكذلك مساهمتها في زيادة حجم التمويل. ومن خلال فهم استراتيجية التسويق الصحيحة، من المأمول أن تتمكن البنوك الإسلامية من التنافس بشكل أفضل مع البنوك التقليدية وتلبية احتياجات العملاء على النحو الأمثل.

أهمية المؤسسات المالية الإسلامية في إندونيسيا، التي تعمل على تقديم الخدمات المالية وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية، من المتوقع أن تقدم الخدمات المصرفية الإسلامية حولا تمويلية تناسب احتياجات المجتمع. يظهر تطور الخدمات المصرفية الإسلامية اتجاهها إيجابيا ، لا سيما في التمويل الأصغر. ومع ذلك ، لا تزال الحصة السوقية للبنوك الإسلامية محدودة مقارنة بالبنوك التقليدية ، حيث يفضل غالبية الناس المنتجات المصرفية التقليدية. لذلك ، هناك حاجة إلى استراتيجية تسويق فعالة لزيادة جاذبية وحصة السوق للبنوك الإسلامية.

نوع البحث المستخدم هو دراسة حالة ذات نهج نوعي مع طريقة وصفية. عند جمع البيانات ، يستخدم المؤلف مصادر البيانات الأولية ، أي المأخوذة من الملاحظات والمقابلات ، وكذلك البيانات الثانوية في شكل دراسات أدبية ووثائق أخرى ، ثم يتم جمع البيانات بأكملها ثم تحليلها حتى يتم الحصول على نتيجة.

النتائج التي تم الحصول عليها من هذه الدراسة هي: (1) تتضمن استراتيجية التسويق المنفذة المزيج التسويقي P7 ، أي المنتج والسعر والمكان والترويج والأشخاص والأدلة المادية والعملية. تقدم BSI KCP Arjawinangun منتجات التمويل الأصغر بهوامش تنافسية ، والاستفادة من المواقع الاستراتيجية ، واستخدام العروض الترويجية المباشرة والبيع الشخصي. بالإضافة إلى ذلك ، فإن تطبيق التكنولوجيا من خلال تطبيق Kurma-i يسهل عملية طلب التمويل. (2) مساهمة استراتيجيات التسويق في زيادة التمويل الأصغر في BSI Kcp Arjawinangun. نجحت استراتيجية التسويق في BSI KCP Arjawinangun في زيادة عدد العملاء ، خاصة في منتجات التمويل الأصغر. ومع ذلك، ظل التمويل الأصغر يعقود الإجارة راکدا على مدى السنوات الثلاث الماضية. على الرغم من تنفيذ استراتيجيات ترويجية مثل توزيع الكتيبات والبيع الشخصي ، إلا أنها لا تزال غير فعالة في جذب الاهتمام بعقود الإجارة. ويرجع ذلك إلى محدودية العروض الترويجية ، وإجراءات التمويل التي تعتبر معقدة ، وعدم وجود جاذبية خاصة لمنتج عقد الإجارة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية المزيج التسويقي، التمويل الأصغر

**PERSETUJUAN
PEMBIMBING SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO
PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP ARJAWINANGUN**

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



Pembimbing I

Hj. Nining Wahyuningsih, SE.M.M

NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II

Toto Suharto, SE.M.SI

NIP. 19681123 200003 1 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Wartoyo, MSI

NIP. 19630702 201101 1 008

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **Hartati**, NIM: 2008203007 dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Menyetujui :

Pembimbing I

Hj. Nining Wahyuningsih, SE.M.M

NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II

Toto Suharto, SE.M.SI

NIP. 19681123 200003 1 001

UNISSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH NURJATI CIREBON

Mengetahui:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Wartoyo, MSI

NIP. 19630702 201101 1 008

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hartati
NIM : 2008203007
Tempat Tanggal : Indramayu, 06 Mei 2002
Alamat : Desa Cadangpinggan, Rt/04 Rw/01 Kec. Sukagumiwang
Kab. Indramayu

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun**”. 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.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Indramayu, 7 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



HARTATI

·NIM. 2008203007

MOTTO HIDUP

"Jalan keluar terbaik selalu melalui masalah"

— Robert Frost



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Allhamdulillah Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada kedua orang tua saya, Mama dan Mimi tercinta yang tak pernah lelah mendoakan dan mendukung saya selama ini. Karya ini adalah wujud penghormatan, tanggung jawab, dan ungkapan terima kasih yang tak terhingga yang tak mungkin terbayarkan hanya dengan tulisan ini. Semoga karya ini menjadi awal untuk membuat Mama dan Mimi bangga.

Saya juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kakak-kakak saya yang selalu memberikan dukungan dalam segala hal serta sahabat-sahabat yang selalu ada mendukung, membantu, dan memotivasi saya hingga skripsi ini selesai. Terima kasih juga kepada teman-teman Perbankan Syariah A yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah menjadi bagian dari perjalanan kuliah saya. Tidak lupa terima kasih saya sampaikan kepada seseorang yang selalu mendukung dan meyakinkan saya bahwa saya mampu melewati semua ini. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri sendiri atas segala perjuangan dan kerja keras karena telah bertahan hingga saat ini. Jangan berpuas diri karena perjuanganmu masih panjang! Terima kasih untuk semuanya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama Hartati dilahirkan di Indramayu pada tanggal 06 Mei 2002. Penulis merupakan anak terakhir dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Maksudi dan Ibu Supartini. Riwayat Pendidikan yang ditempuh penulis adalah sebagai berikut ;

1. SDN CADANGPINGGAN 2 (2008-2014)
2. SMPN 1 KERTASEMAYA (2014-2017)
3. SMAN 1 SUKAGUMIWANG (2017-2020)

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Perbankan Syariah (PS) dan mengambil judul Skripsi “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun**”, dibawah bimbingan Ibu Hj. Nining Wahyuningsi, SE,M.M dan Bapak Toto Suharto, SE,M.Si.

Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan Penulis :

1. Ikatan Mahasiswa Ekonomi Islam (IMES) Periode 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT., karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun**”,

Penulis menyusun skripsi ini dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami tantangan dan hambatan. Akan tetapi, karena berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar. Oleh karena itu, sudah selayaknya penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tersayang Bapak Maksudi dan Ibu Supartini yang telah menjadi orang tua terbaik serta Kakak-Kakak saya yang selalu memberikan dukungan, doa, nasehat, perhatian dan kasih sayang yang tiada batas.
3. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
6. Ibu Hj. Nining Wahyuningsih, S.E.,M.M., selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi I, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Bapak Toto Suharto SE,M.SI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan

arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

8. Para Dosen Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan masukan kepada penulis selama belajar di kampus ini beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Staf Jurusan Perbankan Syariah.
9. Seluruh Staf dan jajaran BSI KCP Arjawinangun yang telah membantu dalam hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.
10. Teruntuk Dito Candra yang selalu mendukung, menyemangati dan mendengar keluh kesah saya, Terima kasih atas waktu yang sudah diberikan untuk mendengar cerita saya walaupun dari jauh dan dengan kesibukannya sudah menyempatkan waktu untuk saya.
11. Teruntuk sahabat-sahabatku, Inggih, Maesaroh, Diani, Ibad, Hani, Dewi dan Jannah yang telah kebersamai dari awal perkuliahan sampai dengan sekarang, yang selalu kompak dalam menyelesaikan tugas selama di perkuliahan, terimakasih sudah menjadi sahabat yang baik dan selalu menghibur.
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini.



DAFTAR ISI

COVER.....	
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN.....	v
PEMBIMBING SKRIPSI.....	v
NOTA DINAS.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
MOTTO HIDUP.....	ix
KATA PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
1. Identifikasi Masalah.....	8
2. Pembatasan Masalah.....	8
3. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian :.....	9
2. Kegunaan Penelitian :.....	9
D. Penelitian Terdahulu.....	10
E. Kerangka Pemikiran.....	15
F. Metodologi Penelitian.....	17
G. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	25
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	25
1. Pengertian Strategi.....	25

2. Pengertian Pemasaran	26
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	29
C. Bank Syariah.....	37
D. Pembiayaan	39
E. Produk-Produk Pembiayaan Mikro BSI KCP Arjawinangun	42
F. Resiko pembiayaan.....	43
BAB III PROFIL PERUSAHAAN	45
A. Profil BSI Kantor Cabang Pembantu Arjawinangun	45
1. Sejarah.....	45
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	46
3. Struktur Organisasi.....	47
4. <i>Job Description</i> Organisasi di BSI KCP Arjawinangun adalah sebagai berikut :....	48
B. Produk Dan Layanan Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun	48
1. Produk Pengimpun Dana.....	48
2. Produk Pembiayaan.....	51
3. Digital Banking	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.....	55
B. Strategi pemasaran produk pembiayaan Mikro yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun.....	59
C. Kontribusi Strategi Pemasaran Yang Telah Diterapkan Terhadap Peningkatan Pembiayaan Mikro Pada Bank Syariah Indonesia KCP Arjawinangun	78
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jenis Penggunaan Dana Di Bank Syariah Indonesia Tahun 2022.....	3
Gambar 1.2 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.1 Brosur Pembiayaan Mikro BUM.....	55
Gambar 4.2 Brosur Pembiayaan Mikro KUR.....	56
Gambar 4.3 Denah Lokasi Bsi Kcp Arjawinangun.....	64
Gambar 4.4 Bukti Bangunan Fisik.....	69
Gambar 4.5 Proses Pengajuan Pembiayaan.....	73
Gambar 4.6 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Mikro dari Tahun 2021-2023.....	75



DAFTAR TABEL

Table 1.1 data jumlah nasabah pembiayaan mikro7



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Bimbingan Skripsi.....	80
Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian.....	81
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	82
Lampiran 4 Foto Dokumentasi.....	92



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), transliterasi atau alih huruf adalah penggantian huruf dari huruf abjad yang satu ke abjad yang lain (terlepas dari lafal bunyi kata yang sebenarnya). Transliterasi huruf-huruf arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

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

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 1. Transliterasi Konsonan 1

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	Ẓ	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	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 1.1 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

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

Tabel 1.2 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِىَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِوَ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh : سُئِلَ suila

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang Alif+

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

a. 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.

b. 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:

- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. 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:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- إِنَّ inna

H. 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:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

