

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL AYAM GEPREK WADEZIG
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN DAYA SAING**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

MUH. SINA ASYROFAL INSY

2008204054

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1446 H / 2024 M

ABSTRAK

Muh Sina Asyrofal Insy, NIM : 2008204054, “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL AYAM GEPREK WADEZIG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN DAYA SAING”

Pemasaran merupakan salah satu masalah yang dimiliki oleh UMKM, Pemasaran Digital adalah salah satu alternatif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing, dan untuk memahami strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan dan daya saing di ayam geprek wadezig, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, menggunakan analisis SWOT serta deskriptif dalam penyajiannya dengan narasumber owner, leader dan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan setelah menganalisis data data dengan memakai analisis SWOT terdapat tiga strategi alternatif yaitu: (1) Menggunakan platform media sosial sebagai saluran utama untuk mempromosikan produk. Dengan pertumbuhan pengguna media sosial yang pesat, perusahaan dapat memanfaatkan iklan berbayar. (2) melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami tren terbaru dan preferensi konsumen yang muncul dari interaksi di media sosial, dengan mengembangkan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada agar sesuai dengan kebutuhan pasar yang teridentifikasi dan menggunakan feedback dari pelanggan melalui media sosial untuk meningkatkan kualitas produk. (3) mengembangkan fitur belanja langsung di platform media sosial (seperti Instagram Shopping) untuk memudahkan pelanggan melakukan pembelian tanpa harus meninggalkan aplikasi, dengan semua produk yang dipromosikan di media sosial memiliki tautan langsung ke halaman penjualan di platform online. Ini akan meningkatkan konversi dan mempermudah proses pembelian bagi konsumen.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran Digital



ABSTRACT

Muh Sina Asyrofal Insy, NIM : 2008204054, “DIGITAL MARKETING STRATEGY OF AYAM GEPREK WADEZIG TO INCREASE SALES AND COMPETITIVENESS”

Marketing is one of the problems owned by MSMEs, Digital Marketing is one of the alternatives that can be applied to increase business productivity. This study aims to describe digital marketing strategies to increase sales and competitiveness, and to understand digital marketing strategies to increase sales and competitiveness in Wadezig geprek chickens, This research uses qualitative methods, using SWOT analysis and descriptive in its presentation with owner, leader and consumer resource persons.

The results of the study show that after analyzing the data using SWOT analysis, there are 3 alternative strategies, namely: (1) Using social media platforms as the main channel to promote products. With the rapid growth of social media users, companies can take advantage of paid advertising. (2) conduct regular market research to understand the latest trends and consumer preferences that arise from interactions on social media, by developing new products or modifying existing products to suit the identified market needs and using feedback from customers through social media to improve product quality. (3) develop a direct shopping feature on social media platforms (such as Instagram Shopping) to make it easier for customers to make purchases without having to leave the app, with all products promoted on social media having direct links to sales pages on online platforms. This will increase conversions and make the buying process easier for consumers.

Keywords: Strategy, Digital Marketing

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

المخلص

موه سينا أسيروفال إنسي ، نيم: ٢٠٠٨٢٠٤٠٥٤ ، "استراتيجية التسويق الرقمي لشركة أيام جبريك وادزيغ لزيادة المبيعات والقدرة التنافسية"

التسويق هو أحد المشاكل التي تمتلكها الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، والتسويق الرقمي هو أحد البدائل التي يمكن تطبيقها لزيادة إنتاجية الأعمال. تهدف هذه الدراسة إلى وصف استراتيجيات التسويق الرقمي لزيادة المبيعات والقدرة التنافسية ، وفهم استراتيجيات التسويق الرقمي لزيادة المبيعات والقدرة التنافسية في دجاج نقاش وادزيغ ويستخدم هذا البحث الأساليب النوعية ، باستخدام تحليل ، كدح والوصفي في عرضه مع المالك والقائد والمستهلك الموردين

تظهر نتائج الدراسة أنه بعد تحليل البيانات باستخدام تحليل كدح ، هناك ٣ استراتيجيات بديلة ، وهي: (١) استخدام منصات التواصل الاجتماعي كقناة رئيسية للترويج للمنتجات. مع النمو السريع لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ، يمكن للشركات الاستفادة من الإعلانات المدفوعة. (٢) إجراء أبحاث السوق المنتظمة لفهم أحدث الاتجاهات وتفضيلات المستهلكين التي تنشأ عن التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي ، من خلال تطوير منتجات جديدة أو تعديل المنتجات الحالية لتناسب احتياجات السوق المحددة واستخدام التعليقات من العملاء من خلال وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين جودة المنتج. (٣) تطوير ميزة التسوق المباشر على منصات التواصل الاجتماعي (مثل انستغرام التسوق) لتسهيل قيام العملاء بالشراء دون الحاجة إلى مغادرة التطبيق ، مع وجود روابط مباشرة لجميع المنتجات التي يتم الترويج لها على وسائل التواصل الاجتماعي لصفحات المبيعات على المنصات عبر الإنترنت. سيؤدي ذلك إلى زيادة التحويلات وتسهيل عملية الشراء على المستهلكين.

الكلمات البحث : استراتيجية, تسويق رقمي

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI GIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL AYAM GEPREK WADEZIG
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DAN DAYA SAING**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

MUH. SINA ASYROFAL INSY

2008204054

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

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

NIP. 197210072011011000

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

NIP. 197108012000031000

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



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

NIP. 197108012000031000

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalamualaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Muh. Sina Asyrofal Insy, Nim: 2008204054 dengan judul **“Strategi Pemasaran Digital Ayam Geprek Wadezig Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqsyahkan.

Wassalamualaikum wr.wb

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Layaman, S.E., M.Si
NIP. 197210072011011000



H. Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag
NIP. 197108012000031000

Menyetujui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



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

NIP. 197108012000031000

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “Strategi Pemasaran Digital Ayam Geprek Wadezig Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing”. Oleh Muh. Sina Asyrofal Insy, NIM: 2008204054, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal.

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

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



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

NIP. 197108012000031000

Penguji I

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

NIP. 19731125 2014111002

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

NIP. 19731125 2014111002

Penguji II

Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.

NIP. 198509182020122004

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muh. Sina Asyrofal Insy
NIM : 2008204054
Tempat, Tanggal Lahir : Indramayu, 26 Mei 2001
Alamat : Blok Klampean RT/RW 004/002 Desa Segeran lor
Kec. Juntinyuat Kab. Indramayu

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “Strategi Pemasaran Digital Ayam Geprek Wadezig Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing”. ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima segala risiko atau sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terkait keaslian karya saya ini.

Cirebon, 15 November 2024

Saya yang menyatakan



Muh. Sina Asyrofal Insy
NIM : 2008204054

KATA PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, inayah, dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis dedikasikan untuk kedua orang tua tercinta yang sangat disayangi. Terima kasih yang tak terhingga atas semua dukungan, baik secara materi, doa, semangat, kasih sayang, serta harapan yang telah diberikan selama 23 tahun saya menjalani kehidupan.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staf jurusan Ekonomi Syariah, khususnya kepada dosen pembimbing Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si. dan Bapak H. Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag., atas bimbingan dan arahan yang diberikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Kepada teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi, khususnya rekan-rekan sekelas, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan waktu yang telah kalian berikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih juga atas informasi-informasi serta bantuan yang sangat berharga hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Terima kasih banyak untuk Sahabat-sahabat pergerakan PMII Rayon El-Farouk Untuk yang selalu menemani diskusi ketika mencari suatu ide dan gagasan dalam skripsi ini.

Terima kasih banyak kepada Bapak Aga Satya Utomo selaku Owner Ayam Geprek Wadezig, yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian skripsi ini dan telah membantu menjawab dari penelitian skripsi ini.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Muh. Sina Asyrofal Insy yang dilahirkan di Indramayu, pada tanggal 26 Mei 2001. Penulis adalah anak dari pasangan Bapak Topid dan Ibu Susilawati yang merupakan anak pertama dari 2 bersaudara saat ini. Alamat tinggal penulis Blok Klampean Rt.02/Rw.02 Desa Segeran Lor Kec. Juntinyuat Kab. Indramayu.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis adalah:

1. MI NURUSSAADAH SEGERAN 2007 - 2013
2. SMP PUI JUNTIKEBON 2013 - 2016
3. SMK YABUJAH SEGERAN 2016 - 2019

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti adalah:

1. IPNU SMK YABUJAH SEGERAN PERIODE 2018 – 2019.
2. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) sebagai Pengurus Rayon El-Farouk bagian kewirausahaan periode 2022 – 2023.
3. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah (HIMAJES) sebagai Ketua Departemen Minat Bakat dan Kewirausahaan periode 2022/ 2023.
4. UKM BULUTANGKIS SENJA sebagai anggota divisi Perwasitan periode 2023.
5. DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA FEBI sebagai Sekretaris Kementerian Luar Negeri.

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil Judul Skripsi: “**Strategi Pemasaran Digital Ayam Geprek Wadezig Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing**”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Layaman, S.E.,M.Si. dan Bapak H. Achmad Otong Bustomi, Lc.,M.Ag

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, yang memungkinkan peneliti menyelesaikan tugas akhir semester akademik (Skripsi) dengan baik. Semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan kepada semua orang yang senantiasa mengikuti sunahnya..

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) di jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Proses penelitian dan penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag , Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, Terima Kasih Atas Ilmu Yang Telah Di Berikan Kepada Penulis.
5. Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Terima kasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan, mendengarkan keluh kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
6. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M.Ag, Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua beserta keluarga besarku yang selalu memberikan Do'a, dukungan dan kasih sayang sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Aga Satya Utomo selaku Owner Ayam Geprek Wadezig yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.
9. Seluruh Teman-teman Jurusan Ekonomi yang telah menemani berjuang dari awal perkuliahan sampai selesai. semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses dan bermanfaat.
10. Sahabat-sahabat satu angkatan PMII Rayon El-Farouk, Himajes, dan DEMA FEBI yang sudah menemani berproses selama masa kuliah dan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis menyampaikan terima kasih dan semoga Allah SWT memberikan imbalan yang berlipat ganda. Amin. Penulis bertanggung jawab secara akademis atas penulisan skripsi ini yang telah diteliti oleh penulis.



ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu.....	5
F. Kerangka pemikiran.....	10
G. Metodologi Penelitian	12
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Pemasaran mix 4p	17
1. Produk (Product)	17
2. Harga (Price)	17
3. Tempat (Place).....	18
4. Promosi (Promotion).....	18
B. Strategi	19
1. Indikator Strategi	19
2. Tujuan Strategi.....	20
C. Pemasaran	21
D. Pemasaran Digital	22

1. Media Sosial	22
2. SEO (Search Engine Optimization).....	23
3. Iklan Online	23
4. Email Marketing.....	23
5. E-commerce Marketing	23
6. Analisis Data	23
E. Daya Saing	23
1. Strategi Bersaing Generik.....	24
2. Dimensi Daya Saing	25
3. Strategi Bersaing dalam Menciptakan Daya Saing	26
F. Penjualan	26
1. Pengertian Penjualan	26
2. Konsep Penjualan	27
3. Jenis-jenis Penjualan	28
G. Keuntungan	28
1. Pengertian Keuntungan	28
H. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats).....	30
1. Pengertian Analisis SWOT.....	30
2. Manfaat, Tujuan dan Fungsi Analisis SWOT.....	31
3. Faktor-faktor Analisis SWOT	31
4. Hal-hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Analisis SWOT.....	33
5. Model Analisis SWOT	36
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
A. Profil Ayam Geprek Wadezig	39
1. Sejarah Ayam Geprek Wadezig	39
2. Letak Geografis Ayam Geprek Wadezig	40
3. Visi Misi Ayam Geprek Wadezig	41
4. Struktur Organisasi Ayam Geprek Wadezig	41
B. Produk, Harga Berdasarkan Kategori	42
1. Ala Carte	42
2. Paket Free Esteh	42
3. Lamongan	43
4. Chicken Katsu	43
5. Extra	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45

A. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing	45
1. Kekuatan (Strengths)	46
2. Kelemahan (Weaknesses)	47
3. Peluang (Opportunities)	48
4. Ancaman (Threats)	49
B. Pemasaran Digital Ayam Geprek Wadezig	61
1. Melakukan Promosi	61
2. Media Sosial	62
3. Kolaborasi	62
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	71



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	36
Tabel 4.1 <i>Matrix Internal Factor Evaluation</i> (IFE Matrix)	51
Tabel 4.2 <i>Matrix External Factor Evaluation</i> (EFE Matrix)	53
Tabel 4.3 Matrils SWOT Pada Ayam Geprek Wadezig	55



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan online di Gojek, Shopee, dan Grab	3
Gambar 1.2 kerangka pemikiran	12
Gambar 2.1 Faktor Internal dan Faktor Eksternal	32
Gambar 3.1 Kedai ayam geprek Wadezig	39
Gambar 3.2 Lokasi ayam geprek Wadezig di google maps	40
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Ayam Geprek Wadezig	41
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT Ayama Geprek Wadezig	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 pedoman wawancara	71
Lampiran 2 dokumentasi penelitian	72
Lampiran 3 SK Pembimbing	73
Lampiran 4 Surat Penelitian	74
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	75



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

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

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ś a	ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şa	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)

ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	-‘	Koma terbalik (diatas)
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

B. Vokal

Vokal Bahasa arab, seperti Bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *Kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي _____ /	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و _____ /	Kasrah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ =kaifa

قَوْلٍ =qaula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harokat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
_____ يَا _____	Fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
_____ ي _____	Fathah dan ya	I	I dan garis atas
_____ وَ _____	Dammah dan wau	Ú	U dan garis atas

Contoh:

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz qala yusufu li abihi*

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1. *Ta Marbutah* Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta Marbutah* Mati

Ta marbutah mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*
طَلْحَةُ = *talhah*

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*
نُعْمٌ = *nu''ima*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan لا. Namun dalam transliterasinya ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ś	9.	ص	Ş
3.	د	D	10.	ض	Đ
4.	ذ	Ž	11.	ط	Ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	Ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

الدَّهْرُ = *ad-dahru* الشَّمْسُ = *asy-syamsyu*

الْأَنْمَلُ = *an-namlu* اللَّيْلُ = *al-lailu*

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

الْقَمَرُ = *al-qamaru* الْفَقْرُ = *al-faqru*

الْغَيْبُ = *al-gaibu* الْاَعْيُنُ = *al-'ainu*

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

شَيْءٌ	=syai'un	أُمِرْتُ	= umirtu
إِنَّ	= inna	أَكَلَ	= akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fiil* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *huraf*, 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 :

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	=Ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalill
بِسْمِ اللَّهِ مَجْهَا وَمُرْسَاهَا	=Bissmillahi majraha wa mursaha

I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab tidak ada huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf-huruf kapital digunakan. Penggunaan huruf kapital mirip dengan ejaan Bahasa Indonesia yang disempurnakan, seperti huruf kapital digunakan untuk menulis awal nama diri dan awal kalimat. Jika nama diri diawali oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri, bukan huruf awal kata sandang..

Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	=Wa ma Muhammad illa Rasul
لَنْ حَمْدُ اللَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	= alhamdu lillah rabbil-'alamin

Penggunaan huruf kapital untuk Allah diterapkan jika dalam tulisan Arabnya ditulis secara lengkap. Namun, jika penulisannya digabungkan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat tertentu dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمْعًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *wallahu bi kulli sya'in 'alim*

J. Tajwid

Bagi individu yang ingin mencapai kefasihan dalam membaca, pedoman transliterasi ini sangat terkait dengan ilmu tajwid. Oleh karena itu, pengesahan pedoman transliterasi ini harus disertai dengan pedoman tajwid. Dalam hal ini, pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Qur'an tahun 1987/1988 dan 1988/1989, telah disusun konsep pedoman praktis tajwid Al-Qur'an sebagai pelengkap untuk Transliterasi Arab Latin..



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON