

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Disusun Oleh:
Annisa Ainaqitami
2282140050

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
2026 M/1446 H

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Disusun Oleh:
Annisa Ainaqitami

2282140050

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

2026 M/1446 H

ABSTRAK

ANNISA AINAQITAMI, NIM: 2282140050, “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN”, 2026

Wisata Sidomba merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terletak di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, yang menawarkan daya tarik berupa pemandian air alami, area perkemahan, serta suasana alam yang asri dan sejuk. Sebagai destinasi wisata lokal, Wisata Sidomba menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di tengah persaingan destinasi serta perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan media digital guna membangun minat kunjungan wisatawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh pengelola Wisata Sidomba Kuningan serta upaya yang dapat diterapkan dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pengelola, wisatawan, dan pelaku UMKM di sekitar kawasan wisata. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan berfokus pada pemanfaatan media sosial Facebook sebagai sarana promosi utama, serta WhatsApp dan Messenger sebagai media komunikasi lanjutan dengan calon wisatawan. Konten yang diunggah berupa foto dan video daya tarik wisata serta informasi kegiatan atau event. Namun, pelaksanaannya belum optimal karena keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya perencanaan konten yang terstruktur, serta belum maksimalnya pemanfaatan fitur interaktif dan berbagai platform digital secara terpadu. Upaya pengembangan yang dapat dilakukan antara lain penyusunan jadwal unggahan yang konsisten, peningkatan kualitas visual dan kelengkapan informasi promosi, kerja sama dengan influencer, serta penyediaan konten interaktif seperti paket wisata dan promo khusus.

Kata Kunci: strategi pemasaran digital, minat kunjungan, destinasi wisata, Wisata Sidomba.

ABSTRACT

ANNISA AINAQITAMI, NIM: 2282140050, "DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN BUILDING TOURIST INTEREST IN SIDOMBA KUNINGAN TOURISM", 2026

Sidomba Tourism is one of the natural tourist destinations located in Kuningan Regency, West Java, offering attractions such as natural water baths, camping areas, and a cool, scenic environment. As a local tourist destination, Sidomba Tourism faces challenges in increasing visitor numbers amid growing competition among destinations and the rapid development of digital technology. Therefore, an effective marketing strategy, particularly through digital media utilization, is needed to build tourists' visiting interest.

This study aims to determine the implementation of digital marketing strategies carried out by the management of Sidomba Tourism and to identify efforts that can be applied to increase tourists' visiting interest. This research employed a qualitative method with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The informants consisted of managers, tourists, and local MSME actors around the tourism area. The data analysis techniques included data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that the digital marketing strategy implemented focuses on the use of Facebook as the main promotional media, while WhatsApp and Messenger are utilized as follow-up communication tools with prospective visitors. The uploaded content consists of photos and videos of tourist attractions as well as information about activities and events. However, its implementation has not been optimal due to limited human resources, lack of structured content planning, and insufficient utilization of interactive features and integrated digital platforms. Development efforts that can be undertaken include establishing a consistent content schedule, improving the quality of visuals and promotional information, collaborating with influencers, and providing interactive promotional content such as tour packages and special promotions.

Keywords: *digital marketing strategy, visiting interest, tourist destination, Sidomba Tourism.*

PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT
KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN

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

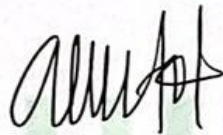
Oleh:

ANNISA AINAQITAMI

NIM: 2282140050

Pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si
NIP. 197301072009012001

Pembimbing II



Rijal Assidiq Mulyana, SEI. M.Pd
NIP. 198803182020121007

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melalui proses pembimbingan yang meliputi pemberian arahan serta perbaikan terhadap penyusunan skripsi Saudari **Annisa Ainaqitami, NIM: 2282140050** dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN"**, maka dapat dinyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi ketentuan akademik dan layak untuk diajukan pada Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon guna mengikuti tahap munaqasyah.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si
NIP. 197301072009012001



Rijal Assidiq Mulyana, SEI. M.Pd
NIP. 198803182020121007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN” yang disusun oleh Annisa Ainaqitami, NIM 2282140050, telah diajukan dalam sidang munaqasyah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 23 April 2026.

Skripsi tersebut dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang



Hafni Khatunisa, M.Sc
NIP. 198808162018012002

Sekretaris Sidang



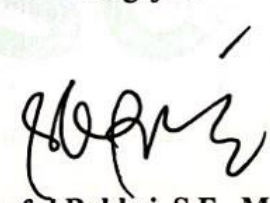
Yati Harvati, M.Sc
NIP. 19890203201903009

Penguji I



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

Penguji II



Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 197311252014111002

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Ainaqitami
NIM : 2282140050
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 10 Maret 2004
Alamat : Komplek Bima, Kalikoa, Kedawung, Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN” beserta seluruh isinya merupakan hasil karya orisinal Penulis. Seluruh ide, teori, maupun materi yang dikutip dari sumber lain telah dicantumkan melalui prosedur referensi dan sitasi yang sesuai dengan standar etika ilmiah yang berlaku.

Atas pernyataan ini, Penulis siap memikul segala konsekuensi hukum maupun sanksi akademik yang ditetapkan oleh institusi, apabila di kemudian hari terbukti terjadi pelanggaran terhadap orisinalitas karya atau terdapat klaim dari pihak lain atas keaslian skripsi ini.

Cirebon, 03 Maret 2026

Yang menyatakan,



ANNISA AINAQITAMI

NIM. 2282140050

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Annisa Ainaqitami, dilahirkan di Kota Cirebon pada tanggal 10 Maret 2004. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Wawan dan Ibu Ida. Saat ini, Penulis berdomisili di Komplek Bima, Kalikoa, Kedawung Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat.

Riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh Penulis adalah sebagai berikut:

1. SDIQu Al-Bahjah lulus pada tahun 2016
2. SMPIQu Al-Bahjah lulus pada tahun 2019
3. SMAS Ma'arif Bulakamba lulus pada tahun 2022

Pada tahun 2022, Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Jurusan Pariwisata Syariah. Pada tahun 2026, Penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMBANGUN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN DI WISATA SIDOMBA KUNINGAN** di bawah bimbingan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si dan Bapak Rijal Assidiq Mulyana, SEI. M.Pd.

KATA PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan puji dan Syukur ke hadirat Allah SWT atas segala Rahmat, petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan dan suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Sebagai wujud rasa terima kasih dan cinta yang tulus, skripsi ini kupersembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta yang selalu hadir dalam setiap langkah perjuanganku. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, dukungan yang tak pernah lelah, serta kasih sayang yang senantiasa menguatkan hingga karya sederhana ini dapat terselesaikan.

Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa perkuliahan, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya. Ilmu dan bimbingan yang diberikan menjadi bekal penting dalam proses penyusunan skripsi ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan, masukan, serta motivasi hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan membawa keberkahan.

Untuk diriku sendiri, terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga sampai di titik ini. Terima kasih atas segala usaha, doa, dan kerja keras yang telah dilalui dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah, namun kamu mampu melewatinya dengan penuh kesabaran. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal untuk perjalanan yang lebih besar di masa depan, serta pengingat bahwa setiap usaha yang sungguh-sungguh akan membawa hasil yang indah.

MOTTO

“success is not about who is the fastest, but who does not give up”

(kesuksesan bukan tentang siapa yang paling cepat, tetapi siapa yang tidak menyerah)



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Dalam Membangun Minat Kunjungan Wisatawan Di Wisata Sidomba Kuningan”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa cahaya dan petunjuk bagi seluruh umat Islam. Semoga kita semua termasuk umat yang memperoleh syafaat beliau di akhir zaman kelak.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan tantangan. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Hafni Khairunisa, M.Sc, selaku Ketua Jurusan Pariwisata Syariah.
4. Ibu Yati Haryati, M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Syariah.
5. Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan yang diberikan.

6. Bapak Rijal Assidiq Mulyana, SEI. M.Pd., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan yang diberikan.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, khususnya Program Studi Pariwisata Syariah, yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pelayanan akademik selama penulis menempuh pendidikan.
8. Pihak pengelola Objek Wisata Sidomba Kuningan yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam memperoleh data penelitian.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wawan H.G dan Ibu Ida F, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti dalam setiap langkah kehidupan penulis.
10. Kepada sahabat-sahabat tercinta Syifa S Maudy, Fuzza Sevia A, Meiviolinda H, Aulia Putri K, Ratih Arian P, yang telah menemani perjalanan penulis sejak masa SMA hingga saat ini. Terima kasih atas dukungan, doa, semangat, serta kebersamaan yang selalu menguatkan di setiap proses, terutama saat penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi penyemangat dan pengingat untuk tetap bertahan dan tidak menyerah. Semoga persahabatan ini tetap terjaga dan semakin kuat ke depannya. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan Syifa Fauziyah, Lusi Rahmawati, Ana Septaqiana, sejak masa mahasiswa baru yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan hingga tahap akhir ini. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, canda tawa, serta dukungan yang diberikan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi. Kepada teman-teman seperjuangan dalam proses penyusunan skripsi Mina Rizqa Iriana, Zahrotus Sa'diyah ini yang telah saling memberikan semangat, berbagi informasi, berdiskusi, serta saling menguatkan dalam menghadapi berbagai tantangan. Kebersamaan

dalam proses bimbingan, revisi, hingga tahap akhir penyelesaian skripsi menjadi pengalaman yang penuh makna dan tidak terlupakan.

12. Seluruh teman kelas Pariwisata Syariah B yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan ini. Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, serta dukungan yang diberikan selama proses belajar. Setiap diskusi, canda, dan semangat yang dibagikan menjadi warna tersendiri dalam perjalanan akademik penulis.
13. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini. Segala bentuk dukungan, doa, serta bantuan yang diberikan sangat berarti bagi penulis hingga penelitian ini dapat terselesaikan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Penelitian Terdahulu	9
H. Kerangka Pemikiran	14
I. Metode Penelitian	15
1. Pendekatan Penelitian	15
2. Jenis Penelitian	16
3. Sumber Penelitian	16
4. Informan Penelitian	18
5. Teknik pengumpulan data	19

6. Teknik Analisis Data.....	20
J. Rancangan Sistematika Penulisan.....	21
BAB II KAJIAN TEORI	24
A. Teori Strategi Pemasaran.....	24
B. Teori Pemasaran Digital	27
C. Teori Minat Kunjungan	32
D. Hubungan Antar Konsep	35
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum Objek Wisata Sidomba	38
B. Struktur Organisasi Objek Wisata Sidomba.....	41
C. Akun Media Sosial Objek Wisata Sidomba.....	58
D. Daya Tarik Objek Wisata Sidomba	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	62
1. Kekuatan dalam Penerapan Strategi Pemasaran Digital	62
2. Kelemahan dalam Penerapan Strategi Pemasaran Digital	72
3. Peluang dalam Penerapan Strategi Pemasaran Digital	83
4. Ancaman dalam Penerapan Strategi Pemasaran Digital	95
5. Pengembangan Strategi Pemasaran Digital di Wisata Sidomba Kuningan	106
BAB V PENUTUP	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 1. 2 Tabel Informan	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Wisata Sidomba.....	41
Gambar 3. 2 Akun Facebook Wisata Sidomba Kuningan.....	58
Gambar 3. 3 Akun Facebook 2 Wisata Sidomba Kuningan.....	59
Gambar 3. 4 Curug Wisata Sidomba.....	60
Gambar 3. 5 Kolam Renang.....	60
Gambar 3. 6 Camping Ground.....	60
Gambar 3. 7 Area Bermain Anak.....	61
Gambar 3. 9 Mini Zoo.....	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Pertanyaan	126
Lampiran 2 jawaban pertanyaan wawancara	128
Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian.....	133
Lampiran 4 SK Bimbingan Skripsi.....	133
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi.....	133
Lampiran 4 Dokumentasi.....	134



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab–Latin dalam skripsi ini mengacu pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543 b/u/1987, yang ketentuan umumnya dapat dijabarkan sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab yang direpresentasikan melalui huruf-huruf Arab, dalam sistem transliterasi ini sebagian dinyatakan dengan huruf Latin, sebagian dengan tanda tertentu, serta sebagian lainnya menggunakan kombinasi huruf dan tanda. Berikut disajikan daftar huruf Arab beserta padanan transliterasinya dalam huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	ža	ž	zet (dengan titik diatas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Set
س	Sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍa	ḍ	de (dengan titik)

			dibawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	..‘..	koma terbalik diatas
غ	ghain	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 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:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ	: <i>kataba</i>
فَعَلَ	: <i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	: <i>zukira</i>
يَذْهَبُ	: <i>yazhabu</i>
سُئِلَ	: <i>suila</i>

2. Vokal Rangkap

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

Huruf & Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ -	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ -	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ	: <i>kaifa</i>
حَوْلَ	: <i>hauila</i>

C. Maddah

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

Huruf & Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...أ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِ...إ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
ؤ...ؤ	Dammah dan wau	ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ	: <i>māta</i>
رَمَى	: <i>ramā</i>
قِيلَ	: <i>qīla</i>
يَمُوتُ	: <i>yamūtu</i>

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/. sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Apabila pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudatu al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>

E. Syaddah (tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbana</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نُعَمِّ	: <i>nu‘ima</i>
عَدُوُّ	: <i>‘aduwwun</i>

F. Kata Sandang

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

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 langsung mengikuti kata sandang itu.

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. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الْكِتَابُ	: <i>al-kitābu</i> (qamariyah)
الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (syamsiyah, dibaca <i>asy-syamsu</i>)
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>

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:

مَسْأَلَةٌ	: <i>mas'alah</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
قَرَأَ	: <i>qara'a</i>
سُئِلَ	: <i>su'ila</i>

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:

وَإِنَّ اللَّهَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	: <i>Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn</i>
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	: <i>Bismillāhi majrehā wa mursāhā</i>
وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	: <i>Wallāhu khairur-rāziqīn</i>

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	: <i>Al-ḥamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn</i>
الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ	: <i>Ar-raḥmānir-raḥīm</i>

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	: <i>Allāhu gafūrur-raḥīm</i>
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	: <i>Lillāhi al-amru jamī‘an</i>

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

