

**STRATEGI PEMASARAN “*BRAND HERITAGE CULTURE  
FOOTWEAR*” DI TENGAH PANDEMI COVID 19  
PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

**Dery Fierrelando**

**1708202141**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**SYEKH NURJATI CIREBON**

**2021 M / 1442 H**

## ABSTRAK

Dery Fierrelando. NIM: 1708202128. Strategi pemasaran merupakan sebuah wujud kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memperoleh hasil yang optimal di bidang pemasaran. Dengan keadaan pasar yang semakin kompleks maka para pengusaha harus memiliki strategi pemasaran yang inovatif dalam mengelola suatu perusahaan. Seorang pengusaha dalam pandangan Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan agar diridhoi oleh Allah SWT. Sehingga pemasaran Islami memiliki posisi yang strategis, karena pemasaran Islami merupakan strategi pemasaran yang didasarkan Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Heritage Culture Footwear, mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh Heritage Culture, serta mengetahui hambatan dan upaya dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh Heritage Culture di tengah pandemi Covid 19 ini. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, dan data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan cara antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini yakni pertama, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Heritage Culture yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat, serta pelayanan prima. kedua, Heritage Culture juga memiliki hambatan pada strategi pemasarannya yaitu banyaknya produk yang mirip, kenaikan bahan baku serta promosi yang tidak tersampaikan oleh audien. ketiga, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Heritage Culture dikatakan sudah sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah karena terdapat asas-asas hukum ekonomi syariah terkecuali asas musarakah. Yang terkandung di dalamnya, yaitu asas mu'awanah, manfaah, antaradhin, adamul gharar, musawah, ash-shidiq, hak milik, pemerataan, dan asas al-Bir wa al-taqwa.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Hukum Ekonomi Syariah

## ABSTRACT

*Dery Fierrelando. NIM: 1708202128. Marketing strategy is a form of business activities through planning, pricing, promoting, and distributing goods and services to obtain optimal results in the field of marketing. With the market increasingly complex then employers must have a marketing strategy that is innovative in managing a company. A businessman in the view of Islam is not just for profit, but also a blessing so blessed by Allah SWT. So marketing Islami has a strategic position, because marketing Islami is a marketing strategy based Al-qur'an and the sunnah of the Prophet. This study aims to determine the marketing strategies undertaken by the Heritage Culture Footwear, knowing the view of the economic laws of sharia to the marketing strategy undertaken by the Heritage Culture, and to know the obstacles and the efforts of the marketing strategy applied by the Heritage Culture in the midst of the pandemic Covid 19. The type of research used by researchers using a qualitative approach, and data collected in this study using, among others, observation, interview and documentation were then analyzed with descriptive analysis method. The results from this research are first, the marketing strategies implemented by the Heritage Culture, namely the marketing mix that consists of product, price, promotion and place, as well as excellent service. second, the Heritage Culture also has obstacles in its marketing strategy which is the number of similar products, the rise in raw material as well as the promotion that is not conveyed by the audience. third, the marketing strategies implemented by the Heritage Culture is said to have been in accordance with the legal perspective of islamic economics because there are principles of the law of islamic economics exception principle of musyarakah. Contained in it, namely the principle of mu'awanah, manfaah, antaradhin, adamul gharar, musawah, ash-shidiq, property rights, equality, and the principle of al-Bir wa al-taqwa.*

**Keywords :** *Strategy, Marketing, The Law Of Islamic Economics*

## لملخص

أشكال من شكل هي التسويق اس تراتا يجية .1708202128: نيم (ف يرلان دو دي ري) وال خدمات ال سلع وتوزيع وال ترويج والتسعير والتخطيط خلال من التجارية الأنشطة م تزايد نحو على معقدة السوق مع. التسويق مجال في الانتاج أفضل على للحصول إدارة في مذكره هي التي التسويق اس تراتا يجية يكون أن يجب العمل أرباب ثم نعمة أي ضاواكن، الربح أجل من ف قطل ليس الإسلام نظرفي الأعمال رجل. الشركة التسويق لأن، اس تراتا يجي موقع له الإسلامي التسويق SWT.So الله من م باركة هذه تهدف. النبوية والسنة القرآن على القائمة التسويق اس تراتا يجية هو الإسلامي، التراث ثقافة بهات قوم التي التسويق اس تراتا يجيات تحديد إلى الدراسة اس تراتا يجية إلى الإسلامية لشريعة الاق تصادية القوان بين نظر وجهة ومعرفة ت بذلها التي وال جهود العقبات ومعرفة، التراث ثقافة بهات قوم التي التسويق ثم Covid 19 جائحة خضم في التراث ثقافة تطبقها التي التسويق اس تراتا يجية وال بيانات، نوعي نهج باستخدام الباحثون يستخدمه الذي البحث نوع تحليل تم والمقابله الملاحظة، أخرى أمور بين من، باستخدام الدراسة هذه في جمعها تم التي، أولاهي البحث هذا تائج الوصف في التحليل طريقة باستخدام والتوثيق التسويق المزيج وهي، التراث ثقافة ت نفذها التي التسويق اس تراتا يجيات. الممتازة الخدمة إلى بالإضافة، والمكان والترويج والسعر المنتج من يتكون الذي وهي التسويق اس تراتا يجي نها في عقبات أي ضالديها التراثية الثقافة، ثانيا الجمهور ينقله لا الذي الترويج وكذلك الخام المواد وارتفاع، المماتلة الامتجات عدد وفقا كانت التراث ثقافة ت نفذها التي التسويق اس تراتا يجيات إن يقال، ثالثا اس تثناء مبادئ هناك لأن الإسلامي للاق تصاد القانو لم ينظر، manfaah، mu'awanah مبادئ وهي، فيه الواردة. musyarakah من الإسلامي الاق تصاد، والمساواة، الملكية حقوق، ash-shidiq، musawah، adamul gharar، antaradhin، Al-Bir wa-taqwa. ومبادئ

الإسلامي الاق تصاد وقانون، والتسويق، اس تراتا يجية: بالبحث كلمات

PERSETUJUAN PEMBIMBING  
SKRIPSI

STUDI KASUS STRATEGI PEMASARAN “BRAND HERITAGE  
CULTURE FOOTWEAR” DI TENGAH PANDEMI COVID 19  
PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

Oleh:


DERY FIERRELANDO

NIM: 1708202128

القُرْآنُ الْكَرِيمُ  
Pembimbing:


Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dr. H. Didi Sukardi, MH  
NIP. 19691226 200912 1 001

  
Ridwan Widagdo, SE., M.SI  
NIP. 19730304200710 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan  
Hukum Ekonomi Syariah,

  
Dr. H. Didi Sukardi, MH  
NIP. 19691226 200912 1 001

NOTA DINAS

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
di  
Cirebon

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

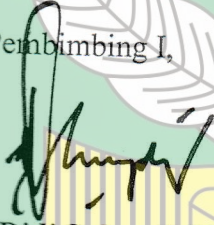
Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudari **Dery Fierrelando NIM : 1708202128** dengan judul **"STUDI KASUS STRATEGI PEMASARAN BRAND HERITAGE CULTURE FOOTWEAR DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.


*Wassalamu'alaikum Wr. W*

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. H. Didi Sukardi, MH**  
NIP. 19691226 200912 1 001

  
**Ridwan Widagdo, SE., M.SI**  
NIP. 19730304200710 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan  
Hukum Ekonomi Syariah,

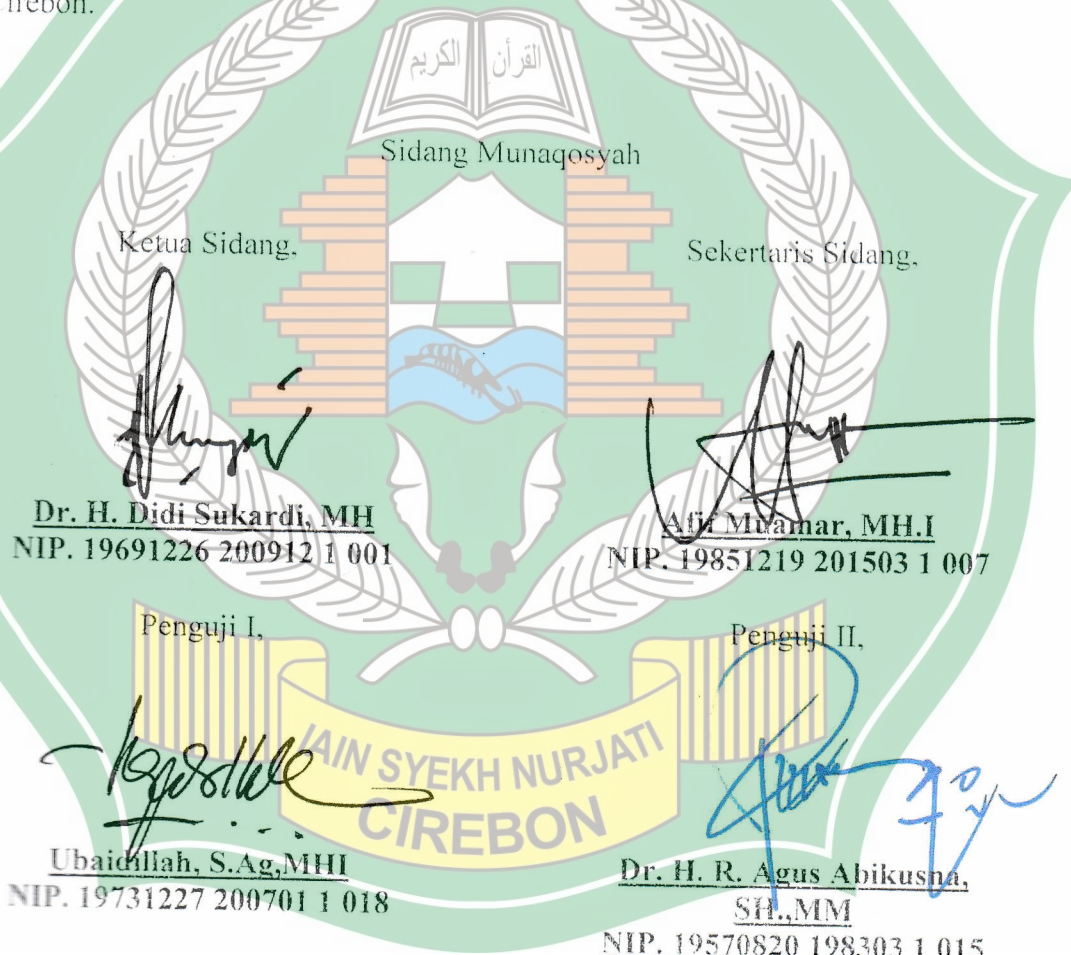


  
**Dr. H. Didi Sukardi, MH**


## LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN *BRAND HERITAGE CULTURE FOOTWEAR* DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**”, oleh **Dery Fierrelando**, NIM: 1708202128, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 02 September 2021


Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

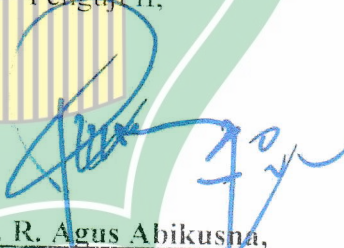


Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang,   
Dr. H. Didi Sukardi, MH  
NIP. 19691226 200912 1 001

Sekretaris Sidang,   
Afiz Muamar, MH.I  
NIP. 19851219 201503 1 007

Penguji I,   
Ubaidillah, S.Ag, MHI  
NIP. 19731227 200701 1 018

Penguji II,   
Dr. H. R. Agus Abikusna,  
SH, MM  
NIP. 19570820 198303 1 015

## PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Dery Fierrelando

NIM : 1708202128

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 04 Desember 1998

Alamat :Kelurahan Kalijaga, Kecamatan Harjamukti, Kota Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **STUDI KASUS STRATEGI PEMASARAN BRAND HERITAGE CULTURE FOOTWEAR DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 28 Agustus 2021

Saya yang Menyatakan,

IAIN SYEKH NURJATI  
CIREBON



**DERY FIERRELANDO**  
NIM: 1708202128



## KATA PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobil'alamin.....*

Ayahku dan mamahku tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayah Endang Sukandar dan mamah omoh yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan mamah Bahagia karena kusadar selama ini belum bisa berbuat lebih.

Untuk mamah dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima kasih mamah... terimakasih ayah atas semua yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku bersama adik-adikku tercinta Gias dan kaisa menuju kesuksesan.

Dan untuk Bapak/Ibu Dosen pembimbing yang baik hati.. Izinkanlah aku mengantarkan ucapan terima kasih, untukmu sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia mengantarkanku untuk mengantungi gelar sarjana. Semoga kebahagiaanku juga merupakan kebahagiaanmu sebagai dosen yang teramat baik.

IAIN SYEKH NURJATI  
CIREBON

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Indramayu tanggal 04 Desember 1998. Dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dengan diberi nama Dery Fierrelando. Penulis adalah anak Pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Hadi dengan Ibu Ani Wulaningsih.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. TK Al-Manar, Cirebon, pada tahun 2004.
2. SD Islam Al-Azhar, Cirebon, pada tahun 2005
3. SMP Negeri 2 Kota Cirebon, Cirebon pada tahun 2011
4. SMA Negeri 7 Cirebon, Cirebon, pada tahun 2014

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, program studi Hukum Ekonomi Syariah dan mengambil judul STRATEGI PEMASARAN “*BRAND HERITAGE CULTURE FOOTWEAR*” DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH di bawah bimbingan Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH dan Ibu Dr. Hj. Dewi Fatmasari M.Si.



## MOTTO

*“ Berbuat baiklah tanpa sebuah alasan ”*

*Dan*

*“ Jangan pernah menyesal untuk menjadi baik ”*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul “STUDI KASUS STRATEGI PEMASARAN “BRAND HERITAGE CULTURE FOOTWEAR” DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH” ini dapat diselesaikan.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (S-1) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak.

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag., selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon
3. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, pengarahan, saran, dan bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
4. Bapak Afif Muamar, M.H, selaku Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan Dosen Pembimbing Iyang telah banyak memberikan petunjuk, pengarahan, saran, dan bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
5. Ibu Ridwan Widagdo.SE.,M.SI., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, pengarahan, saran, dan bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun.
7. Bapak Rafa Mardiyansyah selaku pemilik Heritage Culture Footwear yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh teman-teman Jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.
9. Kepada Nuniek Atikah, Savira Hegas Ramadhan, Kholidah, Alvian, Riyan Hidayat dan teman-teman yang selalu memberikan suport kepada penulis sehingga bisa sampai di titik ini.
10. Kepada Mamah & Ayah yang selalu mencurahkan perhatiannya sehingga penulis tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terimakasih dan semoga amal baiknya diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah Swt. Aamiin.

Cirebon, 30 Agustus 2021

Penyusun

Dery Fierrelando



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
ملخص .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Fokus Kajian</b> .....	<b>6</b>
<b>C. Identifikasi Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>D. Batasan Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>E. Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>G. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>8</b>
<b>H. Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>12</b>
<b>I. Metodologi Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>J. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>20</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>21</b>
<b>A. Strategi Pemasaran</b> .....	<b>21</b>
<b>B. Promosi</b> .....	<b>32</b>
<b>C. Strategi Pemasaran Menurut Islam</b> .....	<b>33</b>
<b>D. Sejarah Covid</b> .....	<b>40</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>43</b>

A. Gambaran Umum Projek Penelitian .....	43
1. Sejarah Singkat Heritage Culture Footwear .....	43
2. Profil Heritage Culture Footwear Cirebon .....	43
3. Lokasi/Kondisi Objektif .....	44
B. Visi dan Misi .....	45
C. Struktur Pekerjaan .....	46
D. Aspek Kegiatan Usaha .....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>A. Strategi Pemasaran Brand Sepatu Heritage Culture Footwear     Cirebon pada Saat Sebelum dan Masa Pandemi Covid-19 .....</b>	<b>49</b>
1. Strategi Produk ( <i>Product</i> ) .....	50
2. Strategi Harga .....	51
3. Strategi Promosi .....	54
<b>B. Hambatan dan Upaya Pemasaran Brand Sepatu     Heritage Culture Footwear Cirebon dalam Masa Covid-19 .....</b>	<b>58</b>
<b>C. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap     Strategi Pemasaran Brand Sepatu Heritage Culture     Cirebon pada dan Pasca Covid-19 .....</b>	<b>62</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

IAIN SYEKH NURJATI  
CIREBON

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang di pakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia nomor 159/1987 dan nomor 0543b/U/1987

### 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	ṡ a	ṡ	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	Ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ṣ	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣ a	ṣ	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 *monofong* 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
◌ُ	Dammah	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 _____ /	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلٍ = *qaula*

## C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا _____ /	fathah dan alif / ya	Ā	a dan garis atas
ي _____ /	fathah dan ya	I	i dan garis atas
وُ _____ /	dammah dan wau	Ū	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُسُوفُ 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* yang 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*  
 طَالِحَةٌ = *talhah*

**E. Syaddah (Tasydid)**

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *syaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi 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 *ya*. Namun dalam transliterasi 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 *syamsiah*

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	S	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Z	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L

7.	س	S	14.	ن	N
----	---	---	-----	---	---

Contoh :

أَلَدَّهُرُ	=	ad-dahru	أَلشَّمْسُ	=	asy-syamsu
أَلنَّمْلُ	=	an-namlu	أَللَّيْلُ	=	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 :

أَلْقَمَرُ	=	al-qamaru	أَلْفَقْرُ	=	al-faqru
أَلْغَيْبُ	=	al-gaibu	أَلْأَيْنُ	=	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 :

سَيِّئٌ	=	syai'un	أُمِرْتُ	=	umirtu
إِنَّ	=	inna	أَكَلًا	=	akala

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, 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 :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ = *Ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil*  
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

## I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa ma Muhammad illa rasul*  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. Kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jami'an*  
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.