

**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI
MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN
(PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Oleh:

EKA ANDINI

NIM : 1708202145

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2021 M/1442 H

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI
MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN
(PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Oleh:

EKA ANDINI

NIM : 1708202145

**IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2021 M/1442 H

ABSTRAK

EKA ANDINI. 1708202145.STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH), 2021.

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 Toko Citra Busana, mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Citra Busana, serta mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh toko Citra Busana.

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 Citra Busana yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat, serta pelayanan prima. *Kedua*, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Citra Busana dikatakan sudah sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah karena terdapat asas-asas hukum ekonomi syariah terkecuali asas musyarakah. 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*. *Ketiga*, Citra Busana mempunyai kelebihan terhadap strategi pemasaran yang diterapkan yaitu tempat yang strategis, pelanggan yang loyal, menyediakan berbagai macam merk dari setiap produk. Namun, Citra Busana juga memiliki kekurangan pada strategi pemasarannya yaitu catatan keuangan masih manual, kurang adanya promosi secara terbuka, dan tempat yang kurang luas.

Kata Kunci :Strategi, Pemasaran, Hukum Ekonomi Syariah

ABSTRACT

EKA ANDINI. 1708202145. MARKETING STRATEGY IN IMPROVING CUSTOMER OF CITRA BUSANA STORE JATIWANGI MAJALENGKA (SHARIA'S ECONOMIC LAW PERSPECTIVE), 2021.

Marketing strategy is a form of business activity through planning, pricing, promoting, and distributing goods and services to obtain optimal results in marketing. On the increasingly complex market conditions, the entrepreneurs must have innovative marketing strategies to manage a company. In Islam perspective, an entrepreneur is not just looking for profit, but also to get a blessing to Allah SWT. So that Islamic marketing has a strategic position, because Islamic marketing is a marketing strategy based on the Al-Qur'an and the Sunnah of the Prophet Muhammad SAW.

The aims of this research is to investigate marketing strategy of Citra Busana store, to explore sharia's economic law perspective on marketing strategy which conducted by Citra Busana store, and to find out the strengths and weakness of marketing strategy that applied by Citra Busana store.

This research using qualitative approach, the data collection of this research using observation, interview and documentation, and the data will be analyze with descriptive analysis method.

The findings of this research first marketing strategy which applied by Citra Busana store namely the marketing mix that consisting of products, prices, promotions and places, and prime of service. Second, The marketing strategy applied by Citra Busana is said to be in accordance with the perspective of sharia economic law because there are principles of sharia economic law with the exception of the musyarakah principle. What is contained in it, namely the principles of mu'awanah, manfaah, antaradhin, adamul gharar, musawah, ash-shidiq, property rights, equity, and the principles of al-Bir wa al-taqwa, and besides that Citra Busana store holds the principles of sharia marketing, namely being able to be fair, responsive to change, to act the best in terms of products and prices with quality-oriented, mutually willing, the existence of khiyar rights on buyers and not cheating both on prices and products. Third, Citra Busana store has the strengths over the applied marketing strategy, namely a strategic place, loyal customers, providing various brands of each product. However, Citra Busana also has the weakness in its marketing strategy, namely manual financial records, lack of open promotion, and less space.

Keywords : strategy, marketing, sharia's economic law

المخلص

إيكا أنديني. 1708202145. استراتيجية التسويق الخاصة بمتجر جاتيوانجي ماجالنجا للتسويق في تحسين العملاء (منظور القانون الاقتصادي للشريعة) ، 2021.

استراتيجية التسويق هي شكل من أشكال النشاط التجاري من خلال التخطيط والتسعير والترويج وتوزيع السلع والخدمات للحصول على أفضل النتائج في التسويق. مع ظروف السوق المعقدة بشكل متزايد ، يجب أن يكون لدى رواد الأعمال استراتيجيات تسويقية مبتكرة في إدارة الشركة. رجل الأعمال من وجهة نظر الإسلام لا يبحث فقط عن الربح ، بل أيضًا عن البركات حتى يرضي الله سبحانه وتعالى. بحيث يكون للتسويق الإسلامي موقع استراتيجي ، لأن التسويق الإسلامي هو استراتيجية تسويقية قائمة على القرآن والسنة النبوية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الإستراتيجية التسويقية التي نفذتها محل ملابس زتر ، للتعرف على وجهة نظر القانون الاقتصادي الشرعي على إستراتيجية التسويق التي يقوم بها متجر محل ملابس زتر ، ومعرفة مزايا وعيوب استراتيجيات التسويق التي يطبقها متجر محل ملابس زتر.

استخدم هذا النوع من البحث الذي استخدمه الباحثون منهجًا نوعيًا ، واستخدمت البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة طرقًا تشمل الملاحظة والمقابلات والتوثيق ثم تحليلها باستخدام طرق التحليل الوصفي.

نتائج هذا البحث هي أولاً استراتيجية التسويق التي تطبقها شركة محل ملابس زتروهي المزيج التسويقي المكون من المنتج والسعر والترويج والمكان والخدمة الممتازة. ثانيًا ، يقال إن استراتيجية التسويق التي تطبقها محل ملابس زتر تتوافق مع منظور الشريعة الاقتصادية لأن هناك خصائص للتسويق الإسلامي ، وهي الإيمانية والأخلاقية والواقعية والإنسانية ، إلى جانب أن محل ملابس زتر يحمل مبادئ التسويق الشرعي. أي القدرة على التحلي بالإنصاف والاستجابة للتغيير والتصرف بشكل أفضل من حيث المنتجات والأسعار مع مراعاة الجودة والإرادة المتبادلة وحق الخيار على المشتري وعدم الغش في السعر والمنتج. ثالثًا ، تتمتع صورة الملابس بمزايا تتفوق على إستراتيجية التسويق المطبقة ، أي مكان استراتيجي ، وعملاء مخلصون ، وتوفير علامات تجارية مختلفة لكل منتج. ومع ذلك ، فإن محل ملابس زتر بها أيضًا عيوب في إستراتيجيتها التسويقية ، وهي السجلات المالية اليدوية ، ونقص الترويج المفتوح ، والمساحة الأقل.

لكلمات المفتاحية: الإستراتيجية ، التسويق ، القانون الاقتصادي الإسلامي

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI
MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN
(PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh :

Eka Andini

NIM : 1708202145

Pembimbing :

Pembimbing I

Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

NIP : 19691226200912 1 001

Pembimbing II

Dr. H. A. Svatori, M.Si

NIP : 19790109201101 1 008

Ketua Jurusan

Hukum Ekonomi Syariah



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

NIP : 19691226200912 1 001

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

IAIN SYekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

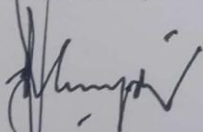
Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara **Eka Andini**. NIM : 1708202145 dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonom Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Menyetujui:

Pembimbing I



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

NIP : 19691226200912 1 001

Pembimbing II




Dr. H.A. Syatori, M.Si

NIP : 19790109201101 1 008

Ketua Jurusan

Hukum Ekonomi Syariah



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.

NIP : 19691226200912 1 001

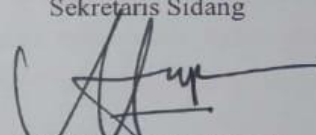
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)”, oleh Eka Andini, NIM : 1708202145, telah diajukan dalam sidang munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada Rabu, 10 Februari 2021.

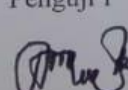
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

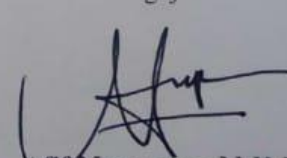
Sidang Munaqosyah


Ketua Sidang
Dr. H. Didi Sukardi, M.H.
NIP : 19691226200912 1 001


Sekretaris Sidang
Afif Muammar, M.H.I
NIP : 19851219200503 1 007

Menyetujui:

Penguji I

Dr. H. Kosim, M.Ag
NIP : 19640104199203 1 004

Penguji II

Afif Muammar, M.H.I
NIP : 19851219200503 1 007

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Eka Andini

NIM : 1708202145

Tempat, tanggal lahir : Majalengka, 22 Juni 1999

Alamat : Blok Manis Desa Jatisura Kec. Jatiwangi Kab.
Majalengka

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN (PERSPEKTIF 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, 31 Januari 2021

Saya yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN' at the top, 'JATIWANGI' in the middle, and '0:843AJX01345825' at the bottom. The signature is written in a cursive style.

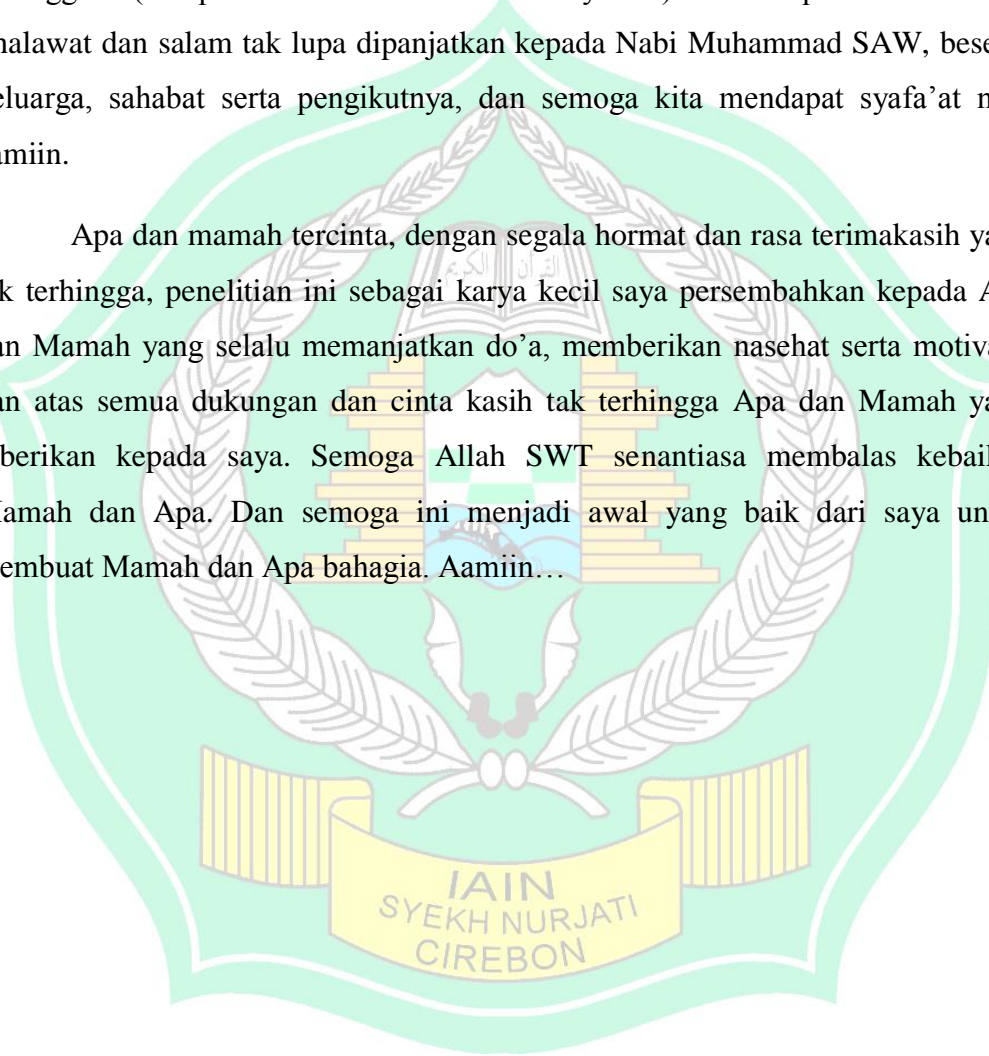
Eka Andini

NIM 1708202145

KATA PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan inayah-Nya serta nikmat perjalanan dan pelajaran yang selalu berharga dari skenario terbaik Allah SWT dalam meneliti skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Toko Citra Busana Jatiwangi Majalengka Dalam Meningkatkan Pelanggan (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)” ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam tak lupa dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya, dan semoga kita mendapat syafa’at nya, aamiin.

Apa dan mamah tercinta, dengan segala hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga, penelitian ini sebagai karya kecil saya persembahkan kepada Apa dan Mamah yang selalu memanjatkan do’a, memberikan nasehat serta motivasi, dan atas semua dukungan dan cinta kasih tak terhingga Apa dan Mamah yang diberikan kepada saya. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan Mamah dan Apa. Dan semoga ini menjadi awal yang baik dari saya untuk membuat Mamah dan Apa bahagia. Aamiin...



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Eka Andini adalah nama penulis dari skripsi ini. Penulis lahir di kota Majalengka, 22 Juni 1999. Dengan penuh kasih dan sayangnya, penulis dilahirkan dan dibesarkan oleh Ibu Iah dan Bapak Wahidin sebagai anak bungsu dari dua bersaudara.

Adapun jenjang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah :

1. TK Puspa Budi Mekarsari lulus pada tahun 2004
2. SDN Jatisura V lulus pada tahun 2010
3. SMPN 1 Jatiwangi lulus pada tahun 2014
4. SMAN 1 JATIWANGI lulus pada tahun 2017

Penulis mengikuti program Strata 1 (S-1) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi “**STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**”, dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH dan Dr. H. A. Syatori, M.Si.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Toko Citra Busana Jatiwangi Majalengka Dalam Meningkatkan Pelanggan (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)” ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam tak lupa dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya, dan semoga kita mendapat syafa’at nya, aamiin.

Laporan hasil penelitian dan penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum Jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak. Untuk itu kami mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi, bimbingan, arahan serta saran-saran yang konstruktif, demi terselesaikannya skripsi ini dan demi terciptanya suatu tulisan yang sistematis dan mudah dipahami, maka penulis mengucapkan 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.
3. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH, selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
4. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun
5. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, MH dan Dr. H. A. Syatori, M.Si, selaku dosen yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini

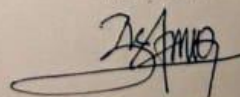
6. Toko Citra Busana, khususnya Ibu Esah Aisah selaku pemilik toko yang telah mengizinkan penyusun untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini
7. Seluruh pelayan toko dan pelanggan toko Citra Busana yang telah banyak membantu penyusun selama penelitian skripsi di Toko Citra Busana
8. Keluarga HIMMAKA Cirebon, yang sudah memberikan wawasan serta pengalaman-pengalaman berharga di berbagai bidang
9. Teman-teman seperjuanganku kelas HES D, yang telah sama-sama berproses hingga mencapai titik ini
10. A Punaji Haruman, selaku orang spesial yang selalu ada di setiap suka maupun duka
11. Seluruh keluarga besarku, kakak, sepupu, serta keponakan yang telah membantu do'a dan dukungan.
12. Keluarga Moodbooster Kost, Siera, Teh Desy, Teh Afika, Teh Ayu, Imas, Dini, Rida, yang telah memberikan dukungan serta kasih sayangnya selama di kos.
13. Keluarga seperjuanganku, Nia, Ina, dan Eni, selaku kawan berproses selama kuliah sampai saat ini

Kemudian, kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terimakasih. Semoga segala amal baiknya diterima dan mendapat balasan pahala dari Allah SWT.

Tak ada gading yang tak retak, penulis yakin masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki dari penulisan skripsi ini. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat.

Cirebon 31 Januari 2020

Penyusun,



Fka Andini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
المخلص	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Kerangka Pemikiran	11
G. Metodologi Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	19
BAB II STRATEGI PEMASARAN	20
A. Strategi Pemasaran	20
B. Loyalitas Pelanggan	31
C. Strategi Pemasaran Menurut Islam	34

BAB III TINJAUAN OBJEK PENELITIAN	41
A. Sejarah Berdirinya Toko Citra Busana Muslim	41
B. Visi-Misi Toko Citra Busana Muslim	43
C. Unsur-Unsur Toko Citra Busana Muslim	44
D. Lokasi Toko Citra Busana Muslim	47
BAB IV STRATEGI PEMASARAN TOKO CITRA BUSANA JATIWANGI MAJALENGKA	49
A. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Toko Citra Busana	49
B. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Toko Citra Busana	60
C. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Toko Citra Busana	76
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Harga Di Toko Citra Busana 45



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

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	ş ad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	de(dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	te(dengan titik dibawah)

ظ	z a	z	zet(dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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 bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
ؤ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

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
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلَ = *qaula*

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan alif / ya	Ā	a dan garis atas
يِي	fathah dan ya	I	i dan garis atas
وُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis atas

Contoh :

مَاتَ = *māta*

رَمِيَ = *ramā*

قِيلَ = *qila*

يَمُوتُ = *yamutū*

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*

طَلْحَةُ = *talhah*

الْحِكْمَةُ = *al-hikmah*

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 :

رَبَّانًا = *rabbānā*

نُعَمَّ = *nu'-'imā*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan √. 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 : Contoh :

أَلدَّهْرُ = *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.

Contoh :

أَلْقَمَرُ = *al-qamaru* أَلْفَقْرُ = *al-faqrū*
أَلْغَيْبُ = *al-gaibu* أَلْأَعْيُنُ = *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* أُمْرٌ = *umirtu*
إِنَّ = *inna* أَكَلٌ = *akala*

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa

Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari al-Qur'an), sunnah, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari suatu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh :

Fi zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibārāt bi umūm al-lafz lā bi khusus al sabab.

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. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata "allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāf ilaih (prasa nominal), ditranliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh :

دِينُ اللَّهِ : dinullāh

بِاللَّهِ : billāh

Adapun ta marbū'tah diakhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, ditransliterasi dengan huruf (t).contoh :

هُمُفِرَ حَمَةِ اللَّهِ : hum fi rahmātilah.

