

**STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2022 M/1443 H

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 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



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

2022 M/1443 H

ABSTRAK

YULIA HERAWATI. NIM: 1808202116. “STRATEGI PEMASARAN FASHION MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”, 2022.

Manusia memiliki berbagai kebutuhan primer salah satunya adalah sandang. Tingginya hobi masyarakat untuk membeli produk fashion mengikuti trend menjadikan usaha di bidang fashion semakin berkembang. Keadaan pasar yang kompleks menuntut pelaku usaha untuk mampu memaksimalkan strategi pemasaran dalam mengelola usahanya terlebih pada kondisi pandemi Covid-19 seperti saat ini. Seperti yang dialami Toko SN Collection yang merupakan salah satu usaha di bidang fashion muslim yang terdampak pandemi Covid-19 yang harus berusaha untuk memaksimalkan strategi pemasarannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penjualan di Toko SN Collection, strategi pemasaran produk fashion muslim di Toko SN Collection, dan perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap strategi pemasaran produk fashion muslim di Toko SN Collection pada masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian ini: pertama, selama pandemi Covid-19 tingkat penjualan fashion muslim di Toko SN Collection mengalami peningkatan. Kedua, Strategi pemasaran yang dilakukan Toko SN Collection adalah dengan menentukan segmenting, targeting dan positioning serta melakukan strategi marketing mix meliputi product, price, place, dan promotion. Ketiga, Toko SN Collection dalam menjalankan strategi pemasaran telah sesuai dengan pemasaran perspektif hukum ekonomi syariah dengan menerapkan asas-asas hukum ekonomi syariah dan konsep pemasaran Islam.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Fashion*

ABSTRACT

YULIA HERAWATI. NIM: 1808202116. "MUSLIM FASHION MARKETING STRATEGY DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERSPECTIVE OF SHARIA ECONOMIC LAW", 2022.

Humans have various primary needs, one of which is clothing. The high hobby of people buying fashion products following the trend makes businesses in the fashion sector grow. The complex market situation requires entrepreneurs to be able to maximize marketing strategies in managing their business, especially in the current conditions of the Covid-19 pandemic. As happened to the SN Collection Store, which is one of the businesses in the Field of Muslim fashion affected by the Covid-19 pandemic that must strive to maximize its marketing strategy.

This study aims to determine the level of sales at the SN Collection Store, the marketing strategy of Muslim fashion products at the SN Collection Store, and the Sharia Economic Law perspective on the marketing strategy of Muslim fashion products at the SN Collection Store during the Covid-19 pandemic. The type of research used by research ers uses a qualitative approach, with data collection techniques using observation, interviews, and documentation.

The results of this study: first, during the Covid-19 pandemic the level of Muslim fashion sales at the SN Collection Store has increased. Second, the marketing strategy carried out by the SN Collection Store is to determine segmenting, targeting and positioning as well as carry out a marketing mix strategy including product, price, place, and promotion. Third, SN Collection Store carries out marketing strategies is in accordance with the marketing perspective of sharia economic law by applying the principles of sharia economic law and the concept of Islamic marketing.

Keywords: *Strategy, Marketing, Fashion*

الملخص

يوليا هراوتي. رقم الإعلان: 1808202116 "استراتيجية تسويق الأزياء الإسلامية أثناء الوباء Covid-19 منظور القانون الاقتصادي للشريعة"، 2022

للشخص احتياجات أساسية مختلفة ، من بينها الملابس. أدى المستوى العالي من هويات الناس لشراء منتجات الأزياء وفقاً للاتجاه إلى نمو الأعمال في قطاع الموضة. تتطلب ظروف السوق المعقدة أن يكون الفاعلون التجاريون قادرين على تعظيم استراتيجيات التسويق في إدارة أعمالهم ، خاصة في الوضع الحالي لوباء Covid-19. حسب تجربة SN Collection ، وهي إحدى الشركات في قطاع الأزياء الإسلامية المتأثرة بوباء Covid-19 ، والتي يجب أن تحاول تعظيم استراتيجيتها التسويقية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى المبيعات في SN Collection ، استراتيجية تسويق منتجات الأزياء الإسلامية في متجر SN Collection ، ومنظور قانون الشريعة الاقتصادي حول استراتيجية تسويق منتجات الأزياء الإسلامية في SN Collection أثناء جائحة Covid-19. يستخدم نوع البحث الذي يستخدمه الباحث المنهج النوعي ، مع تقنيات جمع البيانات باستخدام الملاحظة والمقابلات والتوثيق.

نتائج هذه الدراسة: أولاً ، خلال جائحة Covid-19 ، شهد مستوى مبيعات الأزياء الإسلامية في SN Collection زيادة. ثانياً ، تتمثل استراتيجية التسويق التي ينفذها SN Collection في تحديد التقسيم والاستهداف وتحديد المواقع بالإضافة إلى تنفيذ استراتيجية مزيج تسويقي تغطي المنتج والسعر والمكان والترويج. ثالثاً ، تتوافق SN Collection في تنفيذ استراتيجيتها التسويقية مع منظور التسويق لقانون الشريعة الاقتصادي من خلال تطبيق مبادئ الشريعة الاقتصادية ومفاهيم التسويق الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية، التسويق، الأزياء

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI
COVID-19 PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH**

Oleh:

YULIA HERAWATI

NIM: 1808202116

Pembimbing:

Pembimbing I,



Nining Wahyuningsih, MM

NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,



Tomy Saladin Aziz, M. Ag

NIP. 19690401 201411 1 001

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 **Yulia Herawati NIM: 1808202116** dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN FASHION MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF 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. Wb

Menyetujui:

Pembimbing I,


Nining Wahyuningsih, MM
NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,


Tomy Saladin Aziz, M.Ag
NIP. 19690401 201411 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Hukum Ekonomi Syariah,




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


LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”, oleh Yulia Herawati, NIM: 1808202116, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 15 Juni 2022.

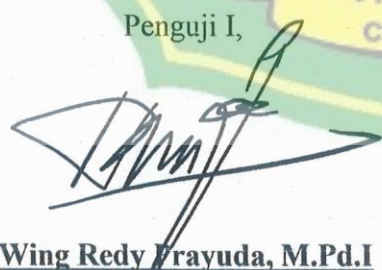
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Hukum (S.H) pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

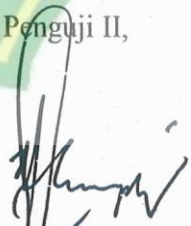


Sidang Munaqosah

Ketua Sidang,

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

Sekretaris Sidang,

Afi Muamar, M.HI
NIP. 19851219 201503 1 007

Penguji I,

Wing Redy Frayuda, M.Pd.I
NIP. 19730516 200701 1 021

Penguji II,

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

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bissmillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yulia Herawati
NIM : 1808202116
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 17 Juli 1999
Alamat :Desa KedungbunderBlok Pejagan Asem RT.004
RW.001 Kecamatan Gempol Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”**, ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau meteri 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.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Cirebon, Juni 2022

Saya yang menyatakan



Yulia Herawati

NIM. 1808202116

KATA PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis selalu senantiasa sehat jasmani rohani diiringi dengan do'a, skripsi ini penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ayah Makbul H M dan Ibu Armi yang telah memberikan do'a, kasih sayang, segala dukungan yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat terbalas hanya dengan selembar kertas ini. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Ayah, Ibu, dan adik-adikku bahagia karena ku sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Terima kasih Ayah.. Terima kasih Ibu..
2. Kepada Adik-adik saya yang selalu memberi kasih sayang, selalu mendo'akan, mendukung dan memotivasi saya untuk menjadi lebih baik. Semua pencapaian saya terkhusus skripsi ini saya persembahkan untuk Orang Tua dan Adik-adik saya tercinta. Do'akan saya agar mampu menjadi wanita yang hebat dan mampu menjadi contoh yang baik untuk adik-adik, mampu mengangkat derajat keluarga, membanggakan, membahagiakan dan menjaga nama baik keluarga kita, aamiin.
3. Kepada Ibu Ninining Wahyuningsih, MM. dan Bapak Tomy Saladin Aziz, M.Ag. selaku pembimbing skripsi I dan II. Terima kasih banyak karena telah banyak memberikan pengarahan, saran, dan bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
4. Rekan-rekan seperjuangan dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan skripsi ini.
5. Almamater Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon tempat saya menempuh pendidikan dan mendapatkan ilmu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap penulis adalah Yulia Herawati, lahir di Cirebon pada tanggal 17 Juli 1999. Penulis merupakan anak pertama dari 4 (empat) bersaudara dari pasangan Bapak Makbul H M dan Ibu Armi. Beralamat di Desa Kedungbunder, Blok Pejagan Asem RT.004 RW.001, Kecamatan Gempol, Kabupaten Cirebon.

Jenjang Pendidikan yang ditempuh adalah :

1. SD Negeri 3 Palimanan Timur (2006-2012)
2. SMP Negeri 1 Palimanan (2012-2015)
3. SMA Negeri 1 Palimanan (2015-2018)

Penulis mengikuti program S-1 pada jurusan Hukum Ekonomi Syariah (HES) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi **“STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”** dibawah bimbingan Ibu Nining Wahyuningsih, MM. dan Bapak Tomy Saladin Aziz, M.Ag.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN *FASHION* MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya di hari akhir nanti. Penulis menyadari dalam proses pembuatan skripsi ini terkadang penulis menghadapi kendala-kendala, namun dengan ridho Allah SWT dan do’a dari semua pihak, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT Yang Maha Ilmu, Maha Pemurah dan Penyayang. Tempat segala makhluk mengadu, berserah diri dan mengabdikan. Terima kasih ya Allah SWT atas segala nikmat yang telah kau berikan, semoga kami tergolong orang-orang yang bersyukur. Serta yang setulus-tulusnya kepada yang senantiasa mendo’akan :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., M.A, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Ketua Jurusan Hukum ekonomi Syariah.
4. Bapak Afif Muamar, M.H.I, selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
5. Ibu Ninining Wahyuningsih, MM. dan Bapak Tomy Saladin Aziz, M.Ag. selaku pembimbing skripsi I dan II yang telah banyak memberikan pengarahan, saran, dan bimbingannya kepada penulis sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
6. Ibu Nilam selaku pemilik Toko *SN Collection* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan staff Fakultas Syariah yang telah memberikan proses perkuliahan penulis selama di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

8. Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memfasilitasi sarana dan prasarana dalam mencari referensi.
9. Segenap keluarga besar yang telah memberikan do'a, motivasi, dukungan dan kasih sayang hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah memberikan semangat dan membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih, serta do'a atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT membalas dengan pahala kebaikan yang berlipat ganda. Aamiin.

Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih, serta do'a atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT membalas dengan pahala kebaikan yang berlipat ganda. Aamiin.

Cirebon, Juni 2022
Penulis

Yulia Herawati



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
الملخص	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	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Berfikir.....	8
F. Literature Review.....	12
G. Metodologi Penelitian	20
H. Sistematika Penulisan	24
BAB II TINJAUAN UMUM STRATEGI PEMASARAN <i>FASHION</i>	
MUSLIM MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM	
EKONOMI SYARIAH.....	26
A. Strategi Pemasaran	26
1. Pengertian Strategi	26
2. Pengertian Pemasaran	28

3. Pengertian Strategi Pemasaran	34
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	37
B. Pemasaran Islami	40
1. Pengertian Pemasaran Islami	40
2. Konsep Pemasaran Islami	43
C. Penjualan	46
1. Pengertian Penjualan	46
2. Tujuan Penjualan.....	47
D. <i>Fashion</i> Muslim	47
1. Pengertian <i>Fashion</i> Muslim	47
2. Kriteria Pakaian Muslim	50
E. Pandemi Covid-19.....	52
1. Pengertian Pandemi.....	52
2. Pengertian Covid-19.....	53
BAB III GAMBARAN UMUM TOKO SN COLLECTION.....	56
A. Gambaran Umum Toko SN <i>Collection</i>	56
B. Struktur Organisasi Toko SN <i>Collection</i>	59
C. Produk <i>Fashion</i> Muslim di Toko SN <i>Collection</i>	60
D. Akun Usaha Toko SN <i>Collection</i>	62
E. Kondisi Toko SN <i>Collection</i>	63
BAB IV STRATEGI PEMASARAN <i>FASHION</i> MUSLIM PADA MASA PANDEMI COVID-19 PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH	66
A. Tingkat Penjualan <i>Fashion</i> Muslim di Toko SN <i>Collection</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	66
B. Strategi Pemasaran Toko SN <i>Collection</i> pada Masa Pandemi Covid-19	69
C. Perspektif Hukm Ekonomi Syariah terhadap Strategi Pemasaran Produk <i>Fashion</i> Muslim di Toko SN <i>Collection</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	83
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan di Toko SN *Collection* bulan Juli-Oktober
Tahun
2021

Bagan 3.1 Produk *Fashion* Muslim di Toko SN *Collection*

Tabel 4.1 Tingkat Penjualan di Toko SN *Collection* saat Pandemi Covid-19
Pada Tahun 2021



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Gambar 3.1 Akun Usaha Toko *SN Collection*

Gambar 3.2 Kondisi Toko *SN Collection* sebelum Pandemi Covid-19

Gambar 3.3 Kegiatan Promosi Melalui Sosial Media *Facebook*

Gambar 3.4 Lokasi Baru Toko *SN Collection*

Gambar 4.1 Grafik Rata-rata Penjualan Produk *Fashion* Muslim Perbulan di Toko
SN Collection Tahun 2021



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Dokumentasi Penelitian

SK Pembimbing

Surat Pengantar Penelitian



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

Fonen 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	Şad	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	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	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	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Bahasa arab, seperti Bahasa Indonesia terdiri dari vocal 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*

قَوْلَ

= *Qaula*

C. Maddah

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يا ——— /	Fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
——— ي /	Fathah dan ya	I	I dan garis atas
——— و	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, diantaranya yaitu :

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 *sayaddah* atau *tasydid*, dalam

transliterasinya ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا = *Rabbana*

نُعِمُّ = *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 *syamsiah* dan huruf *qamariah*. Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

No	Huruf Arab	Huruf Latin	No	Huruf Arab	Huruf Latin
1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ṣ	9.	ص	Ṣ
3.	د	D	10.	ض	Ḍ
4.	ذ	Ḍ	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*

النَّمْلُ = *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:

No	Huruf Arab	Huruf Latin	No	Huruf Arab	Huruf Latin
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 الْقَمْرُ = Al-Faqrū
 الْغَيْبُ = Al-Gaibu الْعَيْنُ = 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 أَمْرٌ = Umirtu
 إِنَّ = Inna أَكَلٌ = 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 :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ = *Ibrahim Al Khalil Atau Ibrahimul-Khalill*

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 Lillah 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 Sya'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 itu pada *Musyarakah* Kerja Ulama Al-Qur'an tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep pedoman praktis tajwid Al-Qur'an ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab Latin