Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

ANALISIS PENERAPAN BA'I ISTISHNA' DAN STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENJAHITAN FASHION HALAL ANAS TAYLOR JOMBANG

Amin Awal Amarudin [1], Novi Ria Ananta[2]
Universitas KH Abdul Wahab Hasbullah[1,2]
Email: aaamarudin@gmail.com[1], *anntaria28@gmail.com*[2]

Abstrak
Kepuasan konsumen terhadap penerapan akad *ba'i* istishna' pada bidang jasa dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah pelanggan maupun untuk meningkatkan profit bisnis. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripskikan penerapan akad *ba'i* istishna' dan strategi meningkatkan kepuasan konsumen serta untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap jasa penjahitan di Anas Taylor jombang. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berjenis studi kasus. Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, paparan data serta penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data yaitu dengan triangulasi metode, sumber dan teori. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemesanan pakaian di Anas Taylor sudah sesuai dengan syarat dan rukun akad *ba'i* istishna' yang tertulis pada Fatwa DSN - MUI No. 6/DSN-MUI/VI/2000, dengan bukti adanya kontrak, kesesuaian pesanan dan khiyar berbentuk perbaikan jika terjadi ketidaksesuaian pesanan. Strategi yang digunakan Anas Taylor dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu menjaga kualitas produk dan kualitas layanan, menjaga harga agar tetap terjangkau, serta memberikan kemudahan dalam memperoleh barang yang diinginkan. Kepuasan konsumen Anas Taylor diketahui melalui repeat order dari konsumen, upaya pelayanan terbaik terhadap komplain, pemilihan kualitas kain terbaik serta penyesuaian model pakaian sesuai perkembangan zaman.
Kata Kunci: Akad *ba'i* istishna', Fashion halal, Kepuasan konsumen

Abstract
Customer satisfaction with the application of ba'i istishna' contracts in the service sector is needed to increase the number of customers and to increase business profits. The purpose of this study is to describe the application of ba'i istishna' contracts and strategies to increase customer satisfaction, as well as to analyze customer satisfaction with tailoring services at Anas Taylor Jombang. The research method used is a case study with a qualitative approach. Data collection in this study was conducted through interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques included data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was tested using triangulation of methods, sources, and theories. The results of this study indicate that clothing orders at Anas Taylor are in accordance with the terms and conditions of the ba'i istishna' contract as stated in Fatwa DSN - MUI No. 6/DSN-MUI/VI/2000. This is mainly due to the existence of a contract, order conformity, and the option of repair in

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

the event of order non-conformity. The strategies used by Anas Taylor to increase customer satisfaction include maintaining product quality, service quality, keeping prices affordable, and providing convenience in obtaining the desired items. Customer satisfaction at Anas Taylor is evident through repeat orders from customers, efforts to provide the best service in response to complaints, the best fabric quality, and the ability to adapt clothing styles to current trends.
***Keywords**: Ba'i istishna' contract, halal fashion and customer satisfaction*

A. Pendahuluan

Ajaran Islam menekankan pentingnya membina hubungan yang harmonis antarsesama, baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Hubungan tersebut mencakup hubungan manusia dengan Allah sebagai Pencipta, serta hubungan antar sesama manusia. Hubungan antara manusia dalam masalah sosial disebut sebagai muamalah. Muamalah adalah kegiatan atau interaksi manusia yang sesuai dengan syariat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam praktik muamalah, masyarakat kerap melakukan berbagai aktivitas, seperti jual beli, pemesanan, sewa-menyewa, utang piutang dan bentuk transaksi lainnya. Salah satu kegiatan yang cukup sering dilakukan adalah pemesanan barang, yang dalam fikih disebut sebagai akad *ba'i* istishna'.

Akad *ba'i* istishna' merupakan salah satu bentuk akad dalam fikih muamalah yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memesan barang atau produk sesuai dengan spesifikasi yang mereka inginkan. *Ba'i* istishna' yaitu transaksi antara penjual (*shani'*) dan pembeli (*mustashni'*) yang dilakukan melalui pemesanan barang dengan ketentuan dan spesifikasi tertentu.[1] Wahbah Zuhaili mendefinisikan *ba'i* istishna' sebagai akad antara pihak pemesan dan produsen untuk membuat suatu barang sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian, yaitu akad pembelian atas barang yang diproduksi beserta pekerjaan yang dilakukan oleh produsen.[2]

Transaksi *ba'i* istishna' ini telah dilakukan oleh masyarakat muslim sejak zaman Rasulullah SAW, dan tidak ada ulama yang mengingkarinya, karena hukumnya boleh. Adapun praktek istishna' yang pernah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, yang dijelaskan dalam Hadist Riwayat Imam Muslim sebagai berikut:

أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صلى الله عليه و سلم كَانَ أَرَادَ أَنْ يَكْتُبَ إِلَى الْعَجَمِ فَقِيلَ لَهُ إِنَّ الْعَجَمَ لاَ يَقْبَلُونَ إِلاَّ كِتَابًا عَلَيْهِ خَاتِمٌ فَاصْطَنَعَ خَاتَمًا مِنْ فِضَّةٍ .قَالَ كَأَنِّى أَنْظُرُ إِلَى بَيَاضِهِ فِى يَدِهِ

Artinya: "*Pada suatu hari Nabi saw hendak menuliskan surat kepada seorang raja 'Ajam (non Arab), lalu dikabarkan kepada beliau: "Sesungguhnya raja-raja non Arab tidak menerima surat yang tidak distempel. Lalu beliau pun memesan agar ia dibuatkan cincin stempel dari perak. Anas berkata: "Seakan-akan saya melihat kemilau putih di tangan beliau."*(HR Muslim).

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 06/DSN-MUI/VI/2000 akad *ba'i* istishna', ditegaskan bahwa mekanisme pembayaran dalam akad ini harus ditetapkan secara jelas, baik terkait jumlah maupun jenis alat bayar yang digunakan, apakah berupa

[1] Koko Khaerudin and Hariman Surya Siregar, *Fiqh Mu'amalah Teori Dan Implementasi*, *Pt Remaja Rosdakarya*, 2019. Hal 148

[2] Koko Khaerudin and Siregar. Hal 147

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

uang, barang, atau manfaat. Pembayaran wajib dilakukan sesuai kesepakatan dan tidak boleh berbentuk pembebasan utang. Barang yang dipesan juga harus memiliki kejelasan sifat serta dapat ditetapkan sebagai utang. Spesifikasi barang harus dijabarkan secara rinci, dan penyerahannya dilakukan pada waktu yang akan datang. Waktu serta tempat penyerahan barang perlu ditentukan berdasarkan kesepakatan para pihak. Selain itu, pemesan memiliki hak khiyar, yaitu hak untuk melanjutkan atau membatalkan akad apabila terdapat cacat atau ketidaksesuaian pada barang yang diterima.[3]

Akad *ba'i istishna'* juga menawarkan kerangka kerja yang ideal untuk memenuhi kebutuhan akan fashion halal. Melalui akad ini, spesifikasi yang diinginkan, termasuk bahan, model, ukuran maupun jenis kainnya dapat ditentukan diawal. Sehingga, seorang muslim bisa menggunakan pakaian yang sesuai dengan impianya. Fashion halal dipahami sebagai praktik berbusana umat Muslim yang memenuhi ketentuan syariat Islam, mencakup produk pakaian, gaya hidup dan aksesori. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, yakni menyumbang sekitar 12,7% dari total populasi Muslim global. Secara nasional, jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai 241,7 juta jiwa pada akhir tahun 2022 dan diproyeksikan meningkat menjadi sekitar 245 juta jiwa pada tahun 2030. Hal ini dapat mendorong perkembangan industri halal di Indonesia terutama pada industri fashion halal. Ditengah perkembangan Fashion muslim dunia, Indonesia masuk pada top 10 sebagai negara pengekspor produk muslim secara global. Sehingga, menjadikan Indonesia menepati urutan ke tiga di Dunia dalam industri fashion halal dan posisi kesembilan dalam ekspor produk halal ke negara-negara OKI. Belanja muslim untuk fashion halal mengalami peningkatan 5,7% pada tahun 2021, dari 279 USD menjadi 295 USD. Selain itu, belanja muslim juga diperkirakan akan mengalami peningkatan pada tahun 2022 sebesar 6,0% menjadi 313 USD hingga mencapai 375 USD pada tahun 2025.[4]

Dalam akad *ba'i* istishna' pada jasa penjahitan, kepuasan konsumen menjadi aspek yang diprioritaskan oleh penjahit untuk memberikan pelayanan terbaik agar tidak menimbulkan kekecewaan. Kepuasan dipahami sebagai keadaan senang atau kecewa yang timbul setelah seseorang membandingkan kinerja produk dengan harapannya. Menurut Djaslim Saladin, kepuasan konsumen muncul sebagai bentuk rasa puas atau kecewa yang terjadi ketika seseorang membandingkan persepsinya mengenai kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Lebih lanjut, dalam bidang pemasaran, kepuasan konsumen dipandang sebagai pencapaian tertinggi, karena konsumen yang puas terhadap nilai yang diberikan suatu produk atau jasa cenderung menjadi pelanggan tetap dalam jangka panjang dan bahkan berpotensi membantu mempromosikan bisnis tersebut. Dengan demikian, kepuasan konsumen memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung.

[3] Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna'," *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2000, 1–3.

[4] kneks, "Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal," 2023. Hal 42

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

Oleh sebab itu, banyak perusahaan menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dalam pengelolaan bisnisnya.[5]

Akad bai' istishna' memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih model, jenis kain, serta memesan pakaian sesuai dengan ukuran yang diinginkan. Namun, tidak semua jasa penjahitan mampu memenuhi pesanan tersebut. Ketidakmampuan dalam memenuhi pesanan dapat menimbulkan konflik antara penjahit dan konsumen. Oleh karena itu, setiap jasa penjahitan seharusnya memberikan pelayanan secara optimal serta menawarkan solusi alternatif apabila terjadi ketidaksesuaian pesanan, misalnya dengan memberikan hak khiyar kepada konsumen untuk melanjutkan atau membatalkan pesanan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suci Robyatul Adawiyah, Eris Munandar dan Kaharudin Yasin, menyebutkan bahwa Akad ba'i istishna' telah diterapkan dalam proses pemesanan pakaian kepada penjahit. Secara umum, praktik yang berlangsung telah sesuai dengan prinsip syariah, di mana perjanjian antara penjahit dan pemesan mencakup kesepakatan mengenai jumlah, ukuran, warna, pembayaran, serta waktu penyerahan barang jadi.[6] Penelitian Annisa Fitria, Agus Rojak Syamsudin dan Ali Aminulloh menjelaskan bahwa proses pemesanan pakaian dengan akad *ba'i istishna* terdiri dari beberapa tahap. Pertama, orang yang ingin membeli pakaian datang ke konveksi secara langsung dan menyetujui pesanan untuk pembuatan pakaian. Kemudian, pembuat dan pemesan melakukan transaksi tentang barang yang diinginkan pemesan, serta ijab qabul antara pemesan dan pembuat pesanan. Terakhir, jika barang yang dipesan sudah jadi maka pemesan dapat membayar ke loket terlebih dahulu kemudian pemesan dapat mengambil barang tersebut.[7]

Dari penelitian sebelumnya peneliti hanya berfokus pada implementasi akad *ba'i istishna'* pada jasa penjahitan apakah sudah sesuai dengan rukun dan syarat yang ditentukan. Sehingga, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen terhadap penerapan akad *ba'i* istishna' pada jasa penjahitan fashion halal di Anas Taylor Jombang. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih jauh mengenai Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Akad Istishna' Pada Jasa Penjahitan Fashion Halal Di Anas Taylor Jombang.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjawab permasalahan yang membutuhkan pemahaman secara mendalam terhadap konteks waktu dan situasi yang berkaitan. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan digunakan untuk mengkaji objek penelitian dalam kondisi yang natural, dengan peneliti berfungsi sebagai instrumen utama.[8] Jenis penelitian ini menggunakan

[5] Nandang Lesmana et al., *Manajemen Pemasaran*, 2022. Strategi Cita Semesta, hal: 81

[6] Suci Robyatul Adawiah, Eris Munandar, and Kaharudin Yasin, "Analisis Penerapan Akad Istishna' Dalam Usaha Penjahit Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022): 5349–58.

[7] Aminullah Fitria, Samsudin, "Implementasi Akad Istishna' Pada Pemesanan Pakaian Di Garmen Al-Zaitun," *Al-Zarqa* 6, no. 1 (2024): 95–127.

[8] Marianus Yufrinalis et al., *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 2021. Hal.149

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

studi kasus yaitu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu peristiwa untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peristiwa tersebut.[9] Jenis penelitian studi kasus digunakan untuk mengkaji lebih dalam mengenai penerapan akad *ba'i* istishna' pada jasa penjahitan fashion halal serta memahami strategi-strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Anas Taylor.

Penelitian dilakukan di Anas Taylor yang terletak di Kabupaten Jombang, tepatnya di Jl. Sisingamangaraja No.40, RT.02 RW.02, Kepatihan, Kecamatan Jombang. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti secara langsung melalui metode wawancara dengan informan yang berasal dari pihak penjahit Anas Taylor. Sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa sumber yang tersedia sebelumnya, seperti buku, artikel, situs internet, skripsi, Fatwa MUI, Ayat Al-Qur'an, peraturan perundang-undangan, dokumen terkait Anas Taylor serta catatan testimoni pelanggan dari rating Google Maps Anas Taylor.

Prosedur pengumpulan data diperoleh dari wawancara untuk mengeksplorasi informasi secara jelas dari pihak Anas Taylor terkait masalah dalam penelitian, observasi dengan cara mengamati serta mencatat berbagai fenomena secara teratur sesuai objek penelitian.[10] dan dokumentasi berupa foto pada saat melakukan wawancara di Anas Taylor Jombang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan teori Miles dan Huberman yaitu reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan.[11] Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi metode, triangulasi sumber dan triangulasi teori.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Penerapan Akad *Ba'i* Istishna' Pada Jasa Penjahitan Fashion Halal Di Anas Taylor Jombang

Istishna' merupakan akad jual beli atas suatu barang yang pembuatannya ditangguhkan dan disyaratkan untuk dikerjakan terlebih dahulu oleh pihak produsen. Objek akad ini meliputi barang yang akan dibuat serta pihak yang bertanggung jawab atas proses pembuatannya.[12] Menurut Zuhaily, *bai'* istishna' merupakan perjanjian antara pemesan dan pembuat untuk memproduksi barang dengan kriteria tertentu, di mana pembuat bertanggung jawab atas proses produksi sekaligus penyediaan bahan baku. Apabila bahan baku disediakan oleh pemesan, maka akad tersebut berubah menjadi akad ijarah karena yang digunakan adalah jasa

[9] M Win Afgani Muhammad Wahyu Ilhami , Wiyanda Vera Nurfajriani, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif" 10, no. 9 (2024): 462–69.

[10] Zuchri Abdussamad, *METODE PENELITIAN KUALITATIF*, *Penerbit Media Kalam*, 2021, http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_MelestarI. Hal. 147

[11] Musthafa. Rendy, "Anggaran Bahan Baku Deskripsi Materi :," *Anggaran Bahan Baku*, 2020, 0–22,https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/eba916/wp-content/uploads/sites/937/2019/10/5.-Materi-5-Anggaran-Bahan-Langsung.pdf.

[12] Hasan Syazali, *Teori Tentang Akad*, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, vol. 1, 2021.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

pembuat dalam menghasilkan barang tersebut. Zuhaily juga menegaskan bahwa istishna' termasuk dalam jenis *bai' ma'dum*, yaitu jual beli atas barang yang belum tersedia, sebab barang yang dipesan baru akan dibuat dan keberadaannya menjadi tanggung jawab penjual pada saat akad disepakati.[13]

Terdapat beberapa rukun-rukun yang harus ada pada akad *ba'i* Istishna' yaitu kedua belah pihak meliputi, *mustashni'* yaitu pihak yang memesan barang, dan *shani'*, yakni pihak yang menerima pesanan. Objek yang dipesan *(mashnu'*) dan ijab qabul (sighat). Landasan hukum akad *ba'i* istishna' dijelaskan di dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 282:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِذَا تَدَايَنتُم بِدَيۡنٍ إِلَىٰٓ أَجَلٖ مُّسَمّٗى فَٱكۡتُبُوهُۚ ٢٨٢

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. "*(Q.S. Al-Baqarah: 282)

Dari ayat tersebut, jelas terlihat bahwa dalam Islam, pelaksanaan akad *bai'* Istishna' mengatur bahwa pembeli melakukan pembayaran pada waktu yang telah disepakati sebelumnya antara kedua belah pihak. Oleh karena itu, penting untuk mencatat kesepakatan tersebut secara tertulis dan melibatkan saksi sebagai bukti dari perjanjian yang telah dilakukan. Apabila memungkinkan, kesepakatan tersebut harus disaksikan oleh dua orang saksi sebagai penguat legalitas transaksi.

Penerapan akad *ba'i* istishna' yang akan dibahas peneliti berdasarkan syarat dan ketentuan yang terdapat pada Fatwa DSN-MUI Nomor 06 Tahun 2000 yaitu sebagai berikut:[14]

a) Tahap pemesanan

Penerapan akad *ba'i* istishna' mencerminkan bentuk pemesanan dengan spesifikasi khusus yang disetujui antara pemesan dan penjahit. Dalam akad ini, penjahit menerima pesanan dari pembeli dan keduanya setuju terkait harga maupun metode pembayaran yang digunakan. Pembayaran bisa dilakukan diawal pada saat melakukan pemesanan atau dengan memberikan uang muka, mengangsur selama pesanan tersebut dibuat atau pembayaran bisa dilakukan ketika barang sudah jadi.[15]

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber bahwa dalam pemesanan pakaian, pemesan datang ke Anas Taylor untuk menanyakan harga terlebih dahulu, kemudian memilih jenis kain serta menjelaskan spesifikasi warna kain, model serta ukurannya. setelah itu kedua belah pihak melakukan kesepakatan terkait pengambilan pakaian dan metode pembayaran yang dilakukan. Pembayaran di Anas Taylor dilakukan ketika pakaian sudah selesai dijahit, akan tetapi tidak banyak juga yang memberikan uang muka terlebih dahulu. Pemesanan pakaian bisa

[13] Syazali.Syazali.Syazali. hal. 158

[14] Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna'."

[15] Aminullah Fitria, Samsudin, "Implementasi Akad Istishna' Pada Pemesanan Pakaian Di Garmen Al-Zaitun," *Al-Zarqa* 6, no. 1 (2024): 95–127.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

dilakukan secara online tanpa datang langsung ke Anas Taylor, pemesanan secara online biasanya dilakukan oleh pelanggan yang berada di luar Jawa.

Hal ini menunjukkan bahwa pada tahap pemesanan pakaian di Anas Taylor sesuai dengan akad ba'i istishna', sebagaimana yang dikemukakan oleh Muhammad Syafi'i Antonio bahwa pembeli dan produsen menandatangani kontrak, setelah itu penjahit atau produsen membuat pesanan yang diinginkan pembeli. Kedua belah pihak mencapai kesepakatan tentang harga barang dan cara pembayaran serta pembayaran dapat dilakukan secara tunai atau diangsur.[16]

b) Bentuk kontrak perjanjian

Dalam Islam, para pihak diberi kebebasan untuk membuat perjanjian. Mereka memiliki wewenang untuk menetapkan bentuk serta isi perjanjian tersebut. Dalam akad *ba'i* istishna', perjanjian antara penjahit dan pembeli dalam proses pemesanan pakaian perlu dituangkan dalam sebuah dokumen kontrak. Berdasarkan hasil wawancara bahwa dalam pemesanan pakaian di Anas Taylor penggunaan kontrak perjanjian hanya dilakukan untuk pemesanan yang berasal dari PEMDA, POLRES atau lembaga lainnya. Sedangkan, pemesanan yang dilakukan oleh perorangan akan dicatat dalam nota.

Hal ini menunjukkan bahwa pemesanan pakaian di Anas Taylor sudah sesuai dengan akad *ba'i* istishna'. Salah satu landasan sahnya suatu akad berdasarkan prinsip-prinsip perjanjian syariah adalah *Al-Kitabah*, yaitu ketika suatu perjanjian dibuat, maka seluruh ketentuan yang terdapat di dalamnya harus dicatat atau ditulis agar dapat menghindari terjadinya perselisihan yang tidak diinginkan di kemudian hari.[17] Anas Taylor juga menggunakan akad lisan ketika pembeli memesan melalui telepon. Meskipun demikian, akad tersebut tetap sah dan sesuai dengan akad *ba'i* istishna'. Berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), perjanjian secara lisan dianggap sah dan memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian tertulis, selama memenuhi empat syarat, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, keberadaan objek tertentu, serta sebab yang halal.[18]

c) Spesifikasi pakaian yang dijahit

Pakaian adalah suatu barang yang dipergunakan manusia sebagai penutup dan perlindung sebagian atau seluruh anggota badan dari panas

[16] Adila Sintia Agustina., "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kasus Wanprestasi Pada Pelaksanaan Akad Istishna Dalam Proses Produksi Pemesanan Di Konveksi Al-Mubarok Desa Kayen Kidul Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri"," 2024, 14–34.

[17] Widya Sari Muhammad Arif, "Konsep Akad Perjanjian Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata," *Islamic Civil Law* 1, no. 2 (2022): 133, https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1SSsUxvVliDYtE6LLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1710634645/RO=10/RU=http%3A%2F%2Fjournal.iaincurup.ac.id%2Findex.php%2Fberasan%2Farticle%2FviewFile%2F6054%2Fpdf/RK=2/RS=kcuv45xGOx5282SP9HOuIPyHQ2k.

[18] Nur Sa'adah, "AKIBAT HUKUM PEMBUKTIAN PERJANJIAN TIDAK TERTULIS (Analisis Putusan Nomor:373/Pdt.G/2016/PN Mdn)," *Pamulang Law Review* 1, no. 2 (2020): 37, https://doi.org/10.32493/palrev.v1i2.5325.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

dan dinginnya cuaca. Selain berfungsi sebagai pelindung pakaian juga dapat mempercantik penampilan seseorang. Sebagai seorang muslim kita diwajibkan berpakaian yang baik dan benar sesuai dengan syariat sebagai bentuk ketakwaan kepada Allah dan Rasulnya.[19]

Pakaian yang sering dipesan oleh pembeli di Anas Taylor seperti jas, celana panjang, kemeja, baju batik, seragam kedinasan, pakaian dinas harian, seragam dosen dan celana kempol. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Anas Taylor tidak menerima pesanan busana muslim, tetapi jenis pakaian yang dijahit merupakan pakaian yang menutup aurat baik untuk pakaian laki-laki maupun perempuan, pakaian yang tidak tipis dan transparan dan bukan termasuk pakaian yang mencolok dan berlebihan. Sehingga spesifikasi pakaian yang dijahit oleh Anas Taylor sudah sesuai dengan akad *ba'i* istishna'.

Hal ini sejalan dengan pandangan Syeikh Nashirudin Al-Bani, bahwa pakaian muslimah yang sesuai dengan syariat Islam adalah pakaian yang menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan, terbuat dari bahan tebal yang tidak tembus pandang, serta longgar sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuh. Selain itu, pakaian tersebut tidak boleh menyerupai pakaian laki-laki, wanita kafir, maupun wanita pada masa jahiliyah. Busana juga tidak boleh berlebihan atau mencolok yang dapat menarik perhatian (syuhroh), serta tidak dihiasi secara berlebihan, seperti penggunaan warna mencolok, perhiasan yang ditampakkan, atau wewangian yang menyengat.[20]

d) Kesesuaian pakaian yang dijahit

Akad ba'i istishna' merupakan perjanjian pemesanan barang yang dilakukan antara pembeli dan produsen. Barang atau jasa yang dipesan biasanya belum tersedia di pasaran, sehingga pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada produsen sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan. Berdasarkan hasil wawancara bahwa pakaian yang dipesan di Anas Taylor sudah sesuai dengan spesifikasi yang telah dijelaskan oleh pembeli. Kesesuaian tersebut seperti warna kain, jenis kain maupun model. Namun, ada ketidaksesuaian spesifikasi yang pernah terjadi di Anas Taylor yaitu mengenai ukuran pakaian yang sudah dijahit ada yang ukurannya kekecilan atau kebesaran. Akan tetapi, pemesan nantinya bisa membawa kembali ke Anas Taylor untuk diperbaiki lagi agar sesuai dengan yang diinginkan pemesan.

Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian pakaian yang dijahit oleh Anas Taylor sudah memenuhi syarat sahnya akad *ba'i* istishna'. Hasbi Ash-Shiddieqy menyatakan bahwa apabila barang yang dihasilkan oleh produsen tidak sesuai dengan kesepakatan, maka pembeli berhak meminta

[19] Dwi Rizki Mulyani and Muhammad Nuh Siregar, "Konsep Berpakaian Dalam Perspektif Hadits," *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies* 7, no. 4 (2024): 715, https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i4.1683.The.

[20] Syarifah Alawiyah, Budi Handrianto, and Imas Kania Rahman, "Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam," *Rayah Al-Islam* 4, no. 02 (2020): 218–28, https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

perbaikan atau penggantian atas barang tersebut sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat dan ketentuan hukum Islam yang berlaku.[21]

e) Hak khiyar bagi pelanggan

Menurut Imam Syafi'i, khiyar merupakan hak untuk memilih antara dua pilihan, yaitu melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli. Tujuan dari adanya khiyar adalah untuk melindungi para pihak yang bertransaksi dari kemungkinan kerugian sehingga dapat tercapai kemaslahatan.[22] Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber bahwa jika tedapat ketidaksesuaian pakaian yang sudah selesai dijahit, maka Anas Taylor akan bertanggung jawab untuk memperbaikinya. Ketidaksesuaian yang terjadi di Anas Taylor adalah mengenai ukuran pakaian yang sudah jadi. Jika pembeli mengalami hal demikian, maka pembeli dapat membawa kembali ke Anas Taylor untuk diperbaiki lagi agar sesuai dengan keinginan pembeli.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat hak khiyar, pembeli tetap melanjutkan akad *ba'i* istishna' dan menerima pakaian yang sudah jadi walaupun terdapat ketidaksesuaian pada ukurannya. Hal ini dilakukan oleh pembeli karena pihak Anas Taylor akan bertanggung jawab dan memperbaikinya lagi agar sesuai dengan yang diinginkan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen mencakup seluruh upaya untuk menjamin kepastian hukum demi memberikan perlindungan kepada konsumen. Konsumen perlu mendapatkan perlindungan dari berbagai tindakan pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian, sedangkan produsen diharapkan mampu meningkatkan daya saing dengan tetap mengedepankan dan menghormati hak serta kepentingan konsumen.[23] Dengan demikian hak khiyar ditetapkan dalam islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan bagi para pihak yang melakukan akad *ba'i* istishna'.

2. Strategi Anas taylor dalam meningkatkan kepuasan konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepuasan konsumen adalah reaksi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang timbul setelah individu menilai kesesuaian antara hasil yang diterima dari suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya.[24] Menurut Handi Irawan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu menjaga kualitas produk, menjaga kualitas layanan, harga, faktor emosional

[21] Yulia Dwi Atikasari, "Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Pesan Memesan Di Penjahit Desa Kemamang Balen Bojonegoro," 2021.

[22] Leni Masnidar Nasution, "Hak Khiyar Dalam Perlindungan Konsumen Menurut Mazhab Syafi'i Dan Hukum Positif," *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah* 13, no. 1 (2019): 65, http://jurnal.staiserdanglubukpakam.ac.id/index.php/alfikru/article/view/28.

[23] Nurjannah Nurjannah, Muhammad Fadel, and Mulham Jaki Asti Jaki Asti, "Eksistensi Hak Khiyar Pada Jual Beli Sebagai Perlindungan Konsumen Dalam Islam," *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi* 3, no. 1 (2023): 31–46, https://doi.org/10.30863/alkharaj.v3i1.4238.

[24] Dr. Meithiana Indrasari, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELNAGGAN*,(Surabaya, Unitomo Press, 2019). hal. 82

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

serta kemudahan mendapatkan produk atau jasa. Adapun strategi Anas Taylor dalam meningkatkan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

a) Kualitas produk

Kualitas produk merupakan konsep penting dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan cara pelanggan menilai atau mengevaluasi mutu suatu produk berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh. Berdasarkan hasil wawancara bahwa cara menjaga kualitas produk pada jasa penjahitan di Anas Taylor yaitu Anas Taylor akan berusaha menjaga kualitas produk atau hasil jahitannya dengan menjahit pakaian dengan diperhalus sehingga jahitan tampak rapat dan estetis tanpa menimbulkan kerutan pada kain. Dengan demikian, pakain yang dijahit dengan diperhalus bisa lebih kuat dan tahan lama, penampilan yang estetik, dapat memberikan kenyamanan kepada pengguna dan mempunyai nilai jual yang tinggi.

Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono yang menyatakan bahwa produk yang baik dan berkualitas adalah produk yang memiliki daya tahan tinggi (durability), memiliki tingkat kerusakan atau kegagalan penggunaan yang rendah (reliability), memiliki nilai estetika yang menarik (aesthetics), serta mampu memberikan kenyamanan, kecepatan dan kemudahan dalam penggunaannya.[25]

b) Kualitas layanan

Kualitas pelayanan dipahami sebagai penilaian konsumen mengenai tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Bentuk pelayanan ini meliputi komunikasi yang efektif, pemenuhan pesanan sesuai dengan keinginan konsumen, serta penanganan keluhan apabila terdapat ketidaksesuaian.[26] Berdasarkan hasil penelitian bahwa menjaga kualitas layanan di Anas Taylor dilakukan untuk memastikan kepuasan pelanggan, meliputi melayani pembeli dengan sebaik mungkin, mendengarkan apa yang ingin dipesan dan yang diinginkan oleh konsumen. Membantu memilih jenis kain jika konsumen merasa kesulitan dalam menentukan pilihannya. Selain itu, Anas Taylor akan menyusun jadwal pemesanan sesuai dengan tanggal yang paling awal pesanan tersebut diambil, hal ini dilakukan untuk menjaga ketepatan waktu dalam pengambilan pesanan sehingga tidak menimbulkan kekecewaan kepada pelanggan.

Sebagaimana pendapat Lupiyoadi, bahwa terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk menjaga kualitas layanan. Salah satunya adalah responsiveness (ketanggapan), yaitu kemampuan untuk merespons permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan sigap.

---

[25] Anita Chrishanti Puteri Tito and Puspita Parahiyangan, "UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI ASPEK KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (STUDI KASUS PADA PT AGRONESIA SARIPETOJO BANDUNG)" 07, no. 1 (2022): 38–48.

[26] Aisyah Siregar and Erna Ningsih, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Ms Glow Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening," *Management And Business Progress* 2, no. 2 (2023): 108–17, https://doi.org/10.70021/mbp.v2i2.103.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

Sikap tanggap ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menumbuhkan persepsi bahwa pelanggan memiliki nilai penting bagi perusahaan. Indikator berikutnya adalah reliability (keandalan), yaitu kemampuan produsen dalam memberikan layanan secara konsisten dan dapat dipercaya, seperti menepati waktu pengerjaan serta menjaga kualitas hasil sesuai dengan janji. Keandalan tersebut berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan dan meminimalkan risiko kekecewaan.[27]

c) Menjaga harga agar tetap terjangkau

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.[28] Harga jahitan di Anas Taylor tergolong cukup tinggi, namun hal ini sebanding dengan kualitas jahitan yang diberikan. Pelayanan dan hasil jahitan yang bagus menjamin konsumen tidak akan merasa kecewa. Sebaliknya, konsumen cenderung merasa puas karena harga yang ditawarkan sangat proporsional dengan mutu jahitan yang mereka terima. Dengan demikian, harga yang sedikit lebih mahal ini mencerminkan nilai tambah dari ketelitian dan keahlian dalam proses jahit yang dikerjakan Anas Taylor.

Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi nilai di benak pelanggan. Harga yang dinilai layak dan sebanding dengan kualitas produk berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa Anas Taylor.[29]

d) Kemudahan dalam memperoleh barang yang diinginkan

Kemudahan dalam memperoleh barang merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Berdasarkan hasil wawancara Anas Taylor akan berkomitmen untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh barang yang mereka inginkan dengan cara membuatkan pesanan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan seperti dalam pembuatan celana kempol yang sulit tetapi Anas Taylor mampu membuatkan. Selain itu, memberikan akses pelayanan yang mudah serta proses pembuatan yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini bisa dilihat bahwa pemesan di Anas Taylor bisa dilakukan oleh pelanggan yang ada di luar Jawa. Sebagaimana pendapat Parasuraman yang menyatakan bahwa salah satu indikator kemudahan bagi konsumen adalah empati, yang mencakup kemampuan menjalin hubungan, berkomunikasi secara efektif, memberikan perhatian secara pribadi, serta memahami kebutuhan

[27] Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, and Paulus Juru, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere," *Jurnal Projemen UNIPA* 9, no. 2 (2023): 18–31, https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42.

[28] Elizabeth Rahayu, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 3, no. 1 (2020): 1–10, https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114.

[29] Anddina Kolifatul Janah et al., "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Toko Tas ' Dikromoshop ' Sukarame ," 1 (2024): 105–11.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

pelanggan. Pemahaman terhadap kebutuhan tersebut dapat meningkatkan rasa puas konsumen.[30]

3. Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Penjahitan Fashion Halal Di Anas Taylor Jombang Perspektif Produsen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang muncul dari penilaian pembeli terhadap kinerja perusahaan yang mampu memenuhi harapan mereka. Namun, jika dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen, kepuasan tersebut menjadi hal yang kompleks. Tindakan konsumen setelah melakukan pembelian akan menentukan apakah mereka merasa puas atau tidak puas, sehingga kepuasan konsumen dapat dipahami sebagai hasil dari perbandingan antara harapan pembeli terhadap produk atau jasa dengan kinerja yang mereka rasakan.[31] Adapun kepuasan konsumen terhadap jasa penjahitan di Anas Taylor diantaranya yaitu:

a) Mengidentifikasi kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam keberhasilan suatu bisnis. Kepuasan tersebut memiliki manfaat penting, antara lain meningkatkan loyalitas pelanggan serta berperan sebagai sarana promosi melalui komunikasi dari mulut ke mulut antara konsumen dan orang-orang di sekitarnya.[32]

Berdasarkan hasil wawancara Anas Taylor akan menjahitkan pesanan pelanggan sesuai dengan yang mereka minta. Sehingga, Anas Taylor dapat mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan sikap mereka yang datang kembali untuk menjahitkan pakaiannya. Pihak Anas Taylor mengamati bahwa kedatangan kembali konsumen merupakan indikator nyata bahwa mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan. Selain itu, agar konsumen melakukan pemesanan ulang, Anas Taylor akan menjahit pakaiannya dengan rapi dan halus. Dengan demikian, hasil jahitan menjadi lebih baik. Apabila produk tersebut memuaskan, para konsumen cenderung akan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan pendaapat widanti bahwa niat pembelian ulang (repeat order) merupakan tindakan konsumen untuk kembali membeli suatu produk karena merasa puas dengan pembelian sebelumnya. Kepuasan konsumen timbul ketika barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan mereka, sehingga pada akhirnya memunculkan niat untuk melakukan pembelian kembali.[33]

b) Melayani komplain pelanggan

Menurut Tjiptono, keluhan merupakan bentuk ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan konsumen. Perilaku mengeluh muncul

---

[30] Fran Sayekti et al., "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Layanan Jasa," *Jurnal Riset Akuntansi* 9 (2022): 16–27.

[31] Lendy Zelviean Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, 2021.

[32] Patel, "Perbandingan Antara Kinerja Aktual Terhadap Suatu Produk Dan Harapanya Serta Evaluasi Terhadap Pengalaman," 2019, 9–25.

[33] Mawaddah Mawaddah et al., "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan," *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 3 (2024): 115–27, https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

ketika harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa tidak terpenuhi. Keluhan tersebut dapat timbul karena konsumen merasa kurang mendapat perhatian atau tanggapan, produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipromosikan, serta adanya pelayanan yang tidak memuaskan.[34]

Berdasarkan hasil wawancara bahwa apabila terdapat keluhan dari konsumen mengenai pakaian yang telah dijahit, konsumen dapat mengembalikan pakaian tersebut ke Anas Taylor. Keluhan biasanya terkait dengan kesalahan jahitan, seperti ketidaksesuaian ukuran pakaian dengan yang dikehendaki oleh pelanggan. Setelah menerima pengembalian tersebut, penjahit akan melakukan perbaikan dan pengukuran ulang agar pakaian benar-benar sesuai dengan ukuran dan keinginan pelanggan. Proses ini bertujuan untuk memastikan kepuasan pelanggan terhadap hasil jahitan yang diberikan oleh Anas Taylor. Dengan demikian, penanganan komplain dilakukan dengan langkah perbaikan langsung yang memperhatikan kebutuhan dan harapan konsumen secara teliti.

Sehingga, hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono bahwa salah satu indikator melayani komplain pelanggan yaitu kecepatan penanganan keluhan. Indikator ini sangat penting karena dapat memungkinkan pelanggan merasa puas, sehingga akan terus menjadi pelanggan dari produk tersebut. Apabila keluhan pelanggan tidak langsung diselesaikan atau ditanggapi, maka mereka akan merasa tidak puas.[35]

c) Jenis kain yang digunakan

Kain merupakan sesuatu bahan yang berasal dari tenunan benang, baik itu dari sutra, sintetis, maupun benang kapas, dimana semua compositions tersebut disebut dengan tekstil. Berbagai jenis kain sangat bervariasi dalam karakteristik, kegunaan dan kualitasnya.[36] Berdasarkan hasil wawancara bahwa Anas Taylor menyediakan berbagai jenis dan merek kain yang pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, Anas Taylor juga menunjukkan keterbukaan dengan menerima pelanggan yang membawa kain sendiri untuk dijahitkan. Meskipun terdapat banyak pilihan, Anas Taylor tetap berkomitmen pada standar mutu kain yang digunakan yaitu dengan memprioritaskan penggunaan kain berkualitas untuk memastikan pakaian yang dihasilkan memiliki daya tahan lama dan nyaman digunakan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian Afiah Nur Aqini, Siti Mariah dan Desy Tri Inayah bahwa kualitas bahan sebagai

[34] Oeirika Fernanda Lyasari, "Pengaruh Harga, Orang, Citra Merek Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ikita Creative Surabaya Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9, no. 12 (2020): 1–14, https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4082/4094.

[35] Juliasti Triandani Santi, "Kepuasan Pelanggan Bengkel Aman Berkat Motor Kepuasan Pelanggan Bengkel Aman Berkat Motor Tanjungpinang Tahun 2019," 2021.

[36] Irul Irul, "SPK Pemilihan Bahan Pembuatan Baju Menggunakan Metode Moora (Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis)," *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi (JUKTISI)* 1, no. 2 (2022): 65–74, https://doi.org/10.62712/juktisi.v1i2.15.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

faktor utama dalam pemilihan bahan baku, hal ini karena konsumen akan puas dengan bahan yang tahan lama dan nyaman dipakai.[37]

Hal ini juga dijelaskan dalam Rancangan Undang-Undang Pertekstilan Repbublik Indonesia Pasal 16 2024 yaitu pemerintah pusat menetapkan standar produk tekstil yang berkualitas serta aman bagi kesehatan dan lingkungan. Ini menegaskan bahwa kain yang baik untuk busana harus memenuhi standar kualitas tertentu, termasuk aspek kesehatan dan lingkungan, sehingga aman digunakan dan tidak membahayakan pengguna maupun lingkungan.[38]

d) Model pakaian yang mengikuti perkembangan zaman

Kreativitas dalam busana muslim tidak hanya berkaitan dengan tren dan gaya, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya serta nilai-nilai Islam yang bersifat abadi. Melalui perpaduan antara tradisi dan inovasi, fashion muslim terus berkembang sebagai sarana ekspresi yang memancarkan pesan perdamaian, toleransi, dan keindahan. Busana muslim kini tidak sekadar menjadi pakaian sehari-hari, melainkan wadah kreativitas yang mengandung nilai budaya dan inovasi dalam dunia mode.[39]

Anas Taylor selalu berupaya menyesuaikan model pakaian yang dijahit dengan tren dan perkembangan mode yang sedang berlangsung. Misalnya, pada saat masa pemilihan umum, gaya berpakaian yang meniru model busana presiden menjadi tren, terutama dengan ciri khas pakaian yang memiliki banyak saku. Hal ini mendorong banyak pejabat di daerah Jombang untuk memesan pakaian dengan model serupa. Namun, untuk jenis pakaian berbahan kain batik, variasi desain yang dibuat umumnya terbatas pada model blezer dan outer agar tetap mempertahankan kesan formal serta keindahan motif batiknya.

Hal ini sejalan dengan pendapat Polhemus dan Procter bahwa fashion adalah gaya dan tata rias. Pengertian fashion juga dijelaskan dalam KBBI yang memiliki makna bahwa fashion atau mode merupakan gaya, variasi, atau bentuk yang paling baru dan sedang populer pada waktu tertentu yang meliputi berbagai aspek penampilan seperti pakaian, gaya rambut, dan ornamen hiasan. Dengan kata lain, fashion atau mode adalah tren atau pola gaya yang berubah dari waktu ke waktu sesuai perkembangan zaman dan sering kali mencerminkan apa yang sedang digemari oleh masyarakat pada saat itu. Ini menunjukkan bahwa fashion bersifat dinamis dan selalu berubah mengikuti perubahan sosial dan budaya.[40]

---

[37] Afiah Nur Aqini, Siti Mariah, and Desy Tri Inayah, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Busana Lulusan Balai Latihan Kerja Kabupaten Bantul," n.d.

[38] Badan Keahlian DPR, "Naskah Akademik RUU Tentang Pertekstilan – 12 Agustus 2024 Pusat Perancangan Undang-Undang Bidang Ekonomi, Keuangan, Industri, Pembangunan Dan Kesejahteraan Rakyat Badan Keahlian DPR RI," 2024, 251.

[39] Sopi Nurirvan et al., "Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme Dan Kreativitas Fashion," *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam* 5, no. 1 (2024): 35–49, https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120.

[40] Ghaitsa Salma and Asep Miftahul Falah, "Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung," *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 11, no. 1 (2023): 94–103, https://doi.org/10.26742/atrat.v11i1.3197.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

D. Penutup

Penerapan akad *ba'i* istishna' pada jasa penjahitan fashion halal di Anas Taylor Jombang dapat dilihat pada, tahap pemesanan, bentuk kontrak perjanjian yang dilakukan secara tertulis dan lisan, spesifikasi pakaian yang dijahit seperti jas, celana panjang, kemeja, baju batik, seragam kedinasan, pakaian dinas harian, seragam dosen dan celana kempol. Kesesuaian pakaian yang dijahit seperti warna kain, jenis kain maupun model. Hak khiyar bagi pelanggan untuk melanjutkan atau membatalkan pesanan, dimana pembeli tetap melanjutkan akad *ba'i* istishna' dan menerima pakaian yang sudah jadi walaupun terdapat ketidaksesuaian pada ukurannya.

Strategi Anas Taylor dalam meningkatkan kepuasan konsumen dilakukan dengan menjaga kualitas produk yaitu dengan memperhalus lagi jahitannya dan berusaha menjahitkan pakaian sesuai dengan keinginan pembeli. Menjaga kualitas layanan yaitu dengan cara melayani pembeli dengan sebaik mungkin, mendengarkan apa yang ingin dipesan dan yang diinginkan oleh konsumen. Membantu memilih jenis kain jika konsumen merasa kesulitan dalam menentukan pilihannya. Menjaga harga agar tetap terjangkau, harga jahitan di Anas Taylor tergolong cukup tinggi, namun hal ini sebanding dengan kualitas jahitan yang diberikan. Pelayanan dan hasil jahitan yang bagus menjamin konsumen tidak akan merasa kecewa. Memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Anas Taylor akan berkomitmen untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh barang yang mereka inginkan dengan cara membuatkan pesanan sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan seperti dalam pembuatan celana kempol yang sulit tetapi Anas Taylor mampu membuatkan.

Kepuasan konsumen terhadap jasa penjahitan fashion halal di Anas Taylor yaitu dapat diketahui dari konsumen yang menyampaikan secara langsung pendapat mereka kepada pihak Anas Taylor bahwa mereka merasa puas dengan hasil jahitan. Sikap mereka yang datang kembali untuk menjahitkan pakaiannya dan merekomendasikan kepada orang lain. Selanjutnya, Melayani komplain pelanggan apabila terdapat keluhan dari konsumen mengenai pakaian yang telah dijahit. Anas Taylor menyediakan berbagai jenis dan merek kain yang akan digunakan dan pemilihannya disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Meskipun terdapat banyak pilihan, Anas Taylor tetap berkomitmen pada standar mutu kain yang digunakan yaitu dengan memprioritaskan penggunaan kain berkualitas untuk memastikan pakaian yang dihasilkan memiliki daya tahan lama dan nyaman digunakan. Selain itu, Anas Taylor berupaya menyesuaikan model pakaian yang dijahit dengan tren dan perkembangan mode yang sedang berlangsung.

Penelitian ini berdasarkan limitasi yang ada merekomendasikan peneliti selanjutnya untuk lebih mendalami kepuasan konsumen dari sisi konsumen itu sendiri dengan lebih banyak menggali data para konsumen pengguna jasa secara lebih komprehensif dengan pendekatan kuantitatif agar hasil lebih dapat digeneralisir atau melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen terhadap penerapan akad *ba'i* istishna' dengan membandingkan dua atau lebih pelaku usaha konveksi serta menggunakan pendekatan kuantitatif.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 2919-2936

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. *Penerbit Media Kalam*, 2021. Http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetungan_Terpusat_Strategi_Melestari.

Adhari, Lendy Zelviean. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, 2021.

Agustina., Adila Sintia. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kasus Wanprestasi Pada Pelaksanaan Akad Istishna Dalam Proses Produksi Pemesanan Di Konveksi Al-Mubarok Desa Kayen Kidul Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri"," 2024, 14–34.

Alawiyah, Syarifah, Budi Handrianto, and Imas Kania Rahman. "Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam." *Rayah Al-Islam* 4, no. 02 (2020): 218–28. https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338.

Aqini, Afiah Nur, Siti Mariah, and Desy Tri Inayah. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Busana Lulusan Balai Latihan Kerja Kabupaten Bantul," n.d.

Atikasari, Yulia Dwi. "Analisis Hukum Islam Terhadap Akad Pesan Memesan Di Penjahit Desa Kemamang Balen Bojonegoro," 2021.

Badan Keahlian DPR. "Naskah Akademik RUU Tentang Pertekstilan – 12 Agustus 2024 Pusat Perancangan Undang-Undang Bidang Ekonomi, Keuangan, Industri, Pembangunan Dan Kesejahteraan Rakyat Badan Keahlian DPR RI," 2024, 251.

Dewan Syariah Nasional MUI. "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 06/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Istishna'." *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2000, 1–3.

Fernanda Lyasari, Oeirika. "Pengaruh Harga, Orang, Citra Merek Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ikita Creative Surabaya Sonang Sitohang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9, no. 12 (2020): 1–14. https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4082/4094.

Fitria, Samsudin, Aminullah. "Implementasi Akad Istishna' Pada Pemesanan Pakaian Di Garmen Al-Zaitun." *Al-Zarqa* 6, no. 1 (2024): 95–127.

Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelnaggan*, 2019.

Irul, Irul. "SPK Pemilihan Bahan Pembuatan Baju Menggunakan Metode Moora (Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis)." *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi (JUKTISI)* 1, no. 2 (2022): 65–74. https://doi.org/10.62712/juktisi.v1i2.15.

Janah, Anddina Kolifatul, Nina Agustiani, Nur Ikhsan, and Vicky F Sanjaya. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Toko Tas ' Dikromoshop ' Sukarame ," 1 (2024): 105–11.

KNEKS. "Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Preferensi Ibu Rumah Tangga Muslim Untuk Memilih Produk Pangan Halal," 2023.

Koko Khaerudin, and Hariman Surya Siregar. *Fiqh Mu'amalah Teori Dan*

Implementasi. *Pt Remaja Rosdakarya*, 2019.

Lesmana, Nandang, Ilham Hakim, Amriadi Sanjaya, Izzy Samsu Marsin, Eko Prasetyo, Heryani Witiyastuty, and Ifdil Jamal. *Manajemen Pemasaran*, 2022.

Mawaddah Mawaddah, Dewi Rahayu, Salsabila Rahmasari, and Angga Dutahatmaja. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan." *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 3 (2024): 115–27. https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.945.

Muhammad Arif, Widya Sari. "Konsep Akad Perjanjian Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Perdata." *Islamic Civil Law* 1, no. 2 (2022): 133. https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr1SSsUxvVliDYtE6LLQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1710634645/RO=10/RU=http%3A%2F%2Fjournal.iaincurup.ac.id%2Findex.php%2Fberasan%2Farticle%2FviewFile%2F6054%2Fpdf/RK=2/RS=kcuv45xGOx5282SP9HOuIPyHQ2k.

Muhammad Wahyu Ilhami , Wiyanda Vera Nurfajriani, Arivan Mahendra, Rusdy Abdullah Sirodj, M Win Afgani. "Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif" 10, no. 9 (2024): 462–69.

Mulyani, Dwi Rizki, and Muhammad Nuh Siregar. "Konsep Berpakaian Dalam Perspektif Hadits." *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies* 7, no. 4 (2024): 715. https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v7i4.1683.The.

Nasution, Leni Masnidar. "Hak Khiyar Dalam Perlindungan Konsumen Menurut Mazhab Syafi'i Dan Hukum Positif." *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah* 13, no. 1 (2019): 65. http://jurnal.staiserdanglubukpakam.ac.id/index.php/alfikru/article/view/28.

Nurirvan, Sopi, Fadhila Indana Sulfa, Laela Citra Ayu, Saskia Praja Gumulya, and Muhamad Parhan. "Busana Islami: Keseimbangan Antara Modestisme Dan Kreativitas Fashion." *Atta'dib Jurnal Pendidikan Agama Islam* 5, no. 1 (2024): 35–49. https://doi.org/10.30863/attadib.v5i1.6120.

Nurjannah, Nurjannah, Muhammad Fadel, and Mulham Jaki Asti Jaki Asti. "Eksistensi Hak Khiyar Pada Jual Beli Sebagai Perlindungan Konsumen Dalam Islam." *Jurnal Al-Kharaj: Studi Ekonomi Syariah, Muamalah, Dan Hukum Ekonomi* 3, no. 1 (2023): 31–46. https://doi.org/10.30863/alkharaj.v3i1.4238.

Patel. "Perbandingan Antara Kinerja Aktual Terhadap Suatu Produk Dan Harapanya Serta Evaluasi Terhadap Pengalaman," 2019, 9–25.

Rahayu, Elizabeth. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia." *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 3, no. 1 (2020): 1–10. https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114.

Rendy, Musthafa. "Anggaran Bahan Baku Deskripsi Materi :" *Anggaran Bahan Baku*, 2020, 0–22. https://bahan-ajar.esaunggul.ac.id/eba916/wp-content/uploads/sites/937/2019/10/5.-Materi-5-Anggaran-Bahan-Langsung.pdf.

Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, and Paulus Juru.

"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere." *Jurnal Projemen UNIPA* 9, no. 2 (2023): 18–31. https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42.

Sa'adah, Nur. "Akibat Hukum Pembuktian Perjanjian Tidak Tertulis (Analisis Putusan Nomor:373/Pdt.G/2016/PN Mdn)." *Pamulang Law Review* 1, no. 2 (2020): 37. https://doi.org/10.32493/palrev.v1i2.5325.

Salma, Ghaitsa, and Asep Miftahul Falah. "Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung." *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 11, no. 1 (2023): 94–103. https://doi.org/10.26742/atrat.v11i1.3197.

Santi, Juliasti Triandani. "Kepuasan Pelanggan Bengkel Aman Berkat Motor Kepuasan Pelanggan Bengkel Aman Berkat Motor Tanjungpinang Tahun 2019," 2021.

Sayekti, Fran, Bahagia Tarigan, Lilis Endang Wijayanti, and Reni Utami. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemakai Layanan Jasa." *Jurnal Riset Akuntansi* 9 (2022): 16–27.

Siregar, Aisyah, and Erna Ningsih. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Ms Glow Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening." *Management And Business Progress* 2, no. 2 (2023): 108–17. https://doi.org/10.70021/mbp.v2i2.103.

Syazali, Hasan. *Teori Tentang Akad*. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Vol. 1, 2021.

Tito, Anita Chrishanti Puteri, and Puspita Parahiyangan. "Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Aspek Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Pt Agronesia Saripetojo Bandung)" 07, No. 1 (2022): 38–48.

Yufrinalis, Marianus, Universitas Nusa Nipa, Theresia Lounggina, Luisa Peny, Universitas Tribuana Kalabahi, Suripto Suripto, and Universitas Pamulang. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, 2021.