

STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA INDUSTRI FASHION

PENYEWAAN BAJU DI LENTERA WEDDING (PAYAMAN SOLOKURO LAMONGAN)

Alvina Damayanti¹, Huril A'ini²

Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

alvina.2020@mhs.unisda.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received:25-04-2025

Revised:01-05-2025

Accepted:26-05-2025

Kata Kunci:

strategi, pemasaran
syariah, industri
fashion, penyewaan
baju.

Abstrak

Lentera Wedding adalah usaha yang fokus pada penyewaan baju dengan produk-produk berkualitas yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah. Strategi pemasaran dan pelayanan yang diterapkan oleh pemilik bertujuan untuk menjadikan usaha ini unggul dalam industri penyewaan baju di Indonesia, dengan tetap menjaga konsistensi pada prinsip syariah dan kualitas produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Lentera Wedding dalam meningkatkan penyewaan baju secara syariah, serta untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam menarik minat pelanggan dan hambatan yang pernah dialami yaitu ketidaksesuaian ukuran baju dan persaingan pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan yang diamati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh Lentera Wedding dalam meningkatkan penyewaan baju melibatkan bauran pemasaran syariah, yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik, janji, dan kesabaran. Namun, Lentera Wedding lebih dominan menggunakan empat strategi utama, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat promosi terbukti efektif karena dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Strategi ini berhasil dalam meningkatkan penyewaan baju di Lentera Wedding.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi telah berkembang dengan sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini mempengaruhi posisi ekonomi negara, terutama pada beberapa sektor yang meningkatkan nilai tukar negara. Perilaku konsumen dan tren masyarakat dalam mengambil keputusan menjadi peluang potensial untuk meningkatkan daya jual. Selain itu, ini juga menjadi tantangan untuk bersaing secara sehat, salah satunya dengan menciptakan model pemasaran yang efektif dan mudah diterima masyarakat tanpa mengesampingkan prinsip pelayanan yang optimal. Chusnul Muali And Khoirun Nisa', 'Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual', An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 6.1 (2019), 168–85.

Saat ini, dunia fashion telah menjadi bisnis yang menjanjikan dan tidak pernah sepi. Berbagai macam baju dan hijab Islami dengan desain kreatif semakin diminati. Permintaan akan hijab dan pakaian Islami terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah muslimah yang mengenakan hijab dan pakaian Islami yang modis namun tetap sesuai syariat. Persaingan yang ketat dan perkembangan pesat dalam dunia fashion telah mendorong pasar untuk menilai bisnis fashion berdasarkan kualitas, baik yang tinggi maupun rendah, serta kesesuaian dan ketidakpantasannya. Beata Berliandika, Dessy Isfianadewi, And Anjar Priyono, 'Strategi Sustainable Business Model Innovation Pada Industri Fashion Digital Ilustrasi', Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 13.1 (2021), 46–60.

Seperti yang kita ketahui, saat ini banyak toko yang menawarkan berbagai macam fashion dan tren pakaian muslimah yang elegan dan modern. Hal ini juga terlihat di toko-toko pakaian wanita muslim, usaha sejenis, serta pedagang tradisional di pasar. Dalam situasi ini, persaingan ketat dengan toko-toko lain yang memproduksi produk serupa tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, perusahaan harus menerapkan insentif dengan strategi yang tepat untuk mencapai tujuannya secara efektif. (Maldina, 2019)

Lentera Wedding merupakan sebuah usaha jasa yang bergerak di penyewaan baju untuk acara wedding atau nikahan dan juga untuk acara tertentu. Lentera Wedding didirikan oleh Reni Tania pada tanggal 20 Desember 2019 di Desa Payaman Solokuro Lamongan. Lentera Wedding melayani berbagai macam penyewaan seperti penyewaan tarop, penyewaan son, penyewaan kursi, penyewaan dekor, dan penyewaan baju pengantin.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan penjualan pada penyewaan baju Lentera Wedding di Payaman Solokuro Lamongan. Metode yang diterapkan adalah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif, dengan sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian. Metode ini menjelaskan secara menyeluruh melalui deskripsi kata dan bahasa dalam konteks tertentu, dengan memanfaatkan berbagai pendekatan ilmiah. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik Lentera Wedding, sementara data sekunder diambil dari dokumen, laporan, dan literatur terkait. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara bebas terpimpin, pengumpulan dokumen, dan observasi langsung. Metode penelitian kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena permasalahan yang dihadapi umumnya belum jelas, komprehensif, dinamis, dan signifikan. Oleh karena itu, metode kuantitatif seperti tes, kuesioner, atau angket tidak memadai untuk memperoleh informasi mengenai situasi sosial tersebut. Peneliti berusaha untuk memahami secara mendalam konteks sosial dan keagamaan, serta mengidentifikasi model, hipotesis, dan teori yang relevan. Penelitian ini dilaksanakan dari Mei 2024 hingga Juli 2024.

HASIL PENELITIAN

1. Strategi Pemasaran Syariah Pada Lentera Wedding Dalam Meningkatkan Penyewaan Baju

- a. Produk (*Product*): Lentera Wedding menawarkan berbagai produk jasa penyewaan, seperti: penyewaan baju nikah, penyewaan dekorasi, penyewaan baju karnaval, dan jasa merias wajah.
- b. Harga (*Price*): Harga yang digunakan Lentera Wedding tergolong murah dan diperuntukkan untuk pengantin kelas bawah menengah kebawah.
- c. Tempat (*Place*): Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau karena dekat dengan jalan Raya dan berada di pertengahan desa.
- d. Promosi (*Promotion*): Promosi yang dilakukan pemilik yaitu dengan pendekatan hubungan masyarakat dan juga menggunakan media sosial.

2. Penyewaan Baju Di Lentera Wedding Banyak Di Minati

Dalam melayani pelanggan harus mempunyai etika yang bagus dan juga mengedepankan sikap yang ramah dan sabar. Pelayanan yang dilakukan oleh Lentera Wedding juga sudah memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam. Sesuai dengan etika dalam pemasaran syariah yaitu segala sesuatu sekecil apapun terdapat etika tersendiri dalam melakukannya. Rasulullah Saw. juga mengajarkan umatnya tentang bagaimana menjadi manusia yang bertata krama. Penyewaan baju di Lentera kini semakin diminati oleh banyak orang karena memiliki koleksi gaun dan baju yang desainya bagus, elegan dan kekinian.

3. Hambatan Atau Kendala Penyewaan Baju Di Lentera Wedding

Hambatan atau kendala yang sering terjadi dialami oleh pemilik yaitu tentang kesesuaian ukuran baju dengan badan penyewa. Dimana terkadang baju yang diminati penyewa ukurannya kurang sesuai saat digunakan. Sehingga sebagai pemilik ibu Reni selalu mengusahakan dengan menawarkan model baju yang lain sekiranya bisa cocok dipakai dan disukai oleh pelanggan.

PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Syariah Pada Lentera Wedding Dalam Meningkatkan Penyewaan Baju

Strategi pemasaran syariah oleh Lentera Wedding, yang mencakup aspek strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi penjualan dalam bauran pemasaran syariah. Informasi yang diperoleh mengindikasikan bahwa strategi pemasaran syariah Lentera sejalan dengan teori yang ada. **Sumadi Sumadi And Others, ‘Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store)’, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7.2 (2021), 1117–27 <Https://Doi.Org/10.29040/Jiei.V7i2.2562>.**

a. Strategi Produk

Strategi produk yang dilakukan Lentera Wedding yaitu dengan menawarkan jasa penyewaan seperti: penyewaan baju nikah, penyewaan baju karnaval, penyewaan baju adat dan jasa merias wajah. Menurut Kurniawan dan Abidin dalam Siti Nafisah, Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.(Nafisah et al.,

2023) Sesuai yang dilakukan oleh Lentera Wedding yaitu menawarkan dan memenuhi kebutuhan klien sesuai yang diinginkan.

b. Strategi Harga

pemilik Lentera Wedding, dalam menetapkan harga jasa, pemilik selalu memperhatikan berbagai aspek dengan teliti untuk menghindari kerugian. Dalam proses penetapan harga, pemilik mempertimbangkan biaya pemasaran, bahan seperti makeup dan kebutuhan pernikahan lainnya, biaya tenaga kerja pemilik dan asisten, transportasi, serta harga yang ditawarkan oleh pesaing. Harga yang ditetapkan oleh Lentera Wedding termasuk dalam kategori sedang, yang ditujukan untuk calon pengantin dari kelas menengah ke bawah. Menurut Setiyaningrum et al dalam Siti Nafisah, Harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari produk yang dimiliki atau digunakan.

c. Strategi Tempat

Pemilik Lentera Wedding dalam memilih lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat dengan beberapa faktor antara lain: akses yang mudah dijangkau, visibilitas dapat terlihat dengan jelas, lintas dari banyaknya orang berlalu lalang dan tempat yang luas dan nyaman. Atas pertimbangan yang sudah dilakukan akhirnya pemilik menemukan tempat yang strategis dan juga berpotensi sumber daya manusia (SDM) yang banyak, yaitu berada di tengah perdesaan dan mudah dijangkau, dekat dengan jalan raya tepatnya di Jalan Raya Gayam Desa Payaman Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan.

d. Strategi Promosi

promosi yang dilakukan yaitu dengan memperkenalkan jasa yang ditawarkan sesuai dengan harga dan kualitas agar pelanggan puas dengan layanan yang diberikan. Promosi yang dilakukan oleh Lentera Wedding yaitu dengan datang langsung ke studio lentera (offline) atau secara online (melalui sosial media), seperti: WhatsApp, Facebook dan Instagram.

2. Penyewaan Baju Di Lentera Wedding Banyak Di Minati

Efek dari strategi yang diterapkan di Lentera Wedding cukup positif, karena pelayanan yang ditawarkan sangat maksimal. Hal ini membuat banyak klien mempercayakan jasa pernikahan Lentera Wedding untuk mewujudkan pesta

pernikahan impian mereka. Layanan yang diberikan memenuhi prinsip etika bisnis Islam, dengan menerapkan sistem pelayanan yang jujur, transparan dalam hal perkiraan biaya, serta menyediakan barang dan layanan berkualitas. Penting untuk menekankan bahwa kualitas dan keberhasilan Lentera Wedding dalam menyelenggarakan acara pernikahan akan terlihat langsung oleh pelanggan.

Dalam hal pembiayaan, penekanannya adalah pada fleksibilitas yang diberikan kepada nasabah, sehingga mereka merasa dimudahkan dengan opsi pembiayaan yang terbuka. Bekerja sama dengan Lentera Wedding menciptakan hubungan baik yang menguntungkan kedua belah pihak. Lentera Wedding mampu memenuhi keinginan pelanggannya, sementara mitranya juga mendapatkan keuntungan. Status uang muka ('urbuun) ditentukan oleh Lentera Wedding berdasarkan kajian fiqh dan perbedaan pendapat para ulama mengenai penerapan uang muka. Dapat disimpulkan bahwa uang muka dianggap haram jika tidak ada kejelasan, namun jika akadnya jelas dan pembayaran dilakukan dengan diskon, maka penerapan uang muka diperbolehkan secara hukum berdasarkan tradisi yang ada saat ini. Ada lima cara yang bisa diterapkan untuk meyakinkan klien dan membangkitkan minat terhadap jasa Lentera Wedding, yaitu:

- a. Kemampuan komunikasi. Dengan adanya komunikasi yang baik dengan klien, tutur kata yang lancar, sopan dan ramah. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk menggunakan layanan yang disediakan.
- b. Menggunakan produk yang aman. Dengan menggunakan produk yang aman untuk digunakan, sehingga pelanggan merasa senang dan selalu meningkatkan kualitas produk yang digunakannya.
- c. Membuat testimoni dari pelanggan. Sebelum membuat testimoni dari pelanggan, sebelumnya yaitu dengan meminta pendapat dan izin mengunggahnya ke media sosial, seperti Instagram, Facebook maupun WhatsApp. Menanyakan seperti apa pelayanan yang diberikan Lentera Wedding kepada klien. Respon positif dari pelanggan menimbulkan minat dan keingintahuan pelanggan lainnya terhadap layanan Lentera Wedding.
- d. Konsisten melakukan promosi. Dengan konsisten atau rajin dalam melakukan promosi lebih mudah menarik perhatian pelanggan baru.

- e. Memperluas relasi atau jaringan. Dengan memperluas relasi atau jaringan. Semakin luas jaringan maka semakin banyak pelanggan yang mengenali bisnis yang Anda kelola, semakin mudah dan otomatis pelanggan akan banyak yang mengetahui layanan Lentera Wedding.

Strategi yang diterapkan oleh Lentera Wedding yang paling efektif dalam menarik minat pelanggan adalah pemilihan lokasi yang strategis dan promosi melalui media sosial. Lokasi studio Lentera Wedding yang berada di sebelah jalan raya besar membuatnya mudah terlihat dan diakses oleh pelanggan, sehingga banyak orang mengetahui layanan yang ditawarkan. Selain itu, promosi melalui media sosial memungkinkan hasil karya pemilik terlihat jelas oleh pelanggan dan berdampak besar terhadap pertumbuhan pendapatan Lentera Wedding setiap bulannya. Rekomendasi dan testimoni positif dari pelanggan yang telah menggunakan jasa Lentera Wedding juga berperan penting dalam menarik minat calon pelanggan.

3. Hambatan Atau Kendala Penyewaan Baju Di Lentera Wedding

Sewa-menyewa adalah praktik yang umum dalam masyarakat, di mana penyewa memperoleh pelayanan dari objek yang disewakan, sementara pihak yang menyewakan menyediakan objek tersebut untuk dimanfaatkan. Penggunaan barang mewah tentunya memberikan manfaat yang berharga. Namun, manfaat yang tidak berharga atau berbahaya dilarang menurut agama Islam. **Ahmedika Azkiya, Ade Saputra, And Sofia Sar, ‘Aplikasi Penyewaan Perlengkapan Pernikahan Pada Qinoy Salon Berbasis Web’, 9.1 (2018), 29–34.**

Dalam sebuah usaha pastinya mengalami adanya kendala atau hambatan saat melaksanakan usahanya. Kendala yang dihadapi oleh Lentera Wedding yaitu masalah tentang kesesuaian ukuran baju dengan pemilik dan juga masalah tentang persaingan sesama pembisnis atau pengusaha. Berikut rincian dari kendala yang dihadapi oleh lentera wedding:

a. Ketidaksesuaian Ukuran Baju

Ketidaksesuaian ukuran baju saat menyewa sering menjadi tantangan bagi pelanggan dan pemilik. Masalah ini dapat muncul ketika baju yang dipilih tidak cocok dengan ukuran tubuh penyewa, mengakibatkan ketidaknyamanan dan kekecewaan. Ketidaksesuaian ukuran dalam penyewaan baju dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan standar ukuran antar merek atau

penyedia jasa sewa yang mungkin tidak konsisten. Meskipun label ukuran menunjukkan ukuran yang sama, potongan dan bentuk baju bisa berbeda secara signifikan. Selain itu, perbedaan antara ukuran tubuh ideal dan ukuran baju yang tersedia di stok juga dapat menambah kompleksitas.

Untuk mengatasi masalah ketidaksesuaian ukuran, pemilik mencoba menawarkan opsi pertukaran atau pengembalian, memberikan solusi bagi pelanggan yang menghadapi masalah tersebut. Selain itu, pada saat acara pernikahan, Ibu Reni berusaha agar baju terlihat pas dengan badan penyewa dengan menyesuaikan bentuk tubuh penyewa, sering kali menggunakan peniti atau opsi lainnya.

b. Persaingan Pasar

Persaingan pasar adalah dinamika yang tak terhindarkan dalam dunia bisnis, memengaruhi setiap aspek strategi perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan bersaing untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih baik dibandingkan pesaing mereka. Persaingan ini sering mendorong inovasi, karena setiap perusahaan berusaha menawarkan produk atau layanan yang lebih unggul atau unik.

Persaingan adalah tantangan yang tak terelakkan bagi perusahaan, baik yang bergerak di bidang produksi barang maupun jasa. Pemilik Lentera Wedding memiliki tanggung jawab besar dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Persaingan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, menurunkan harga, atau menawarkan layanan pelanggan yang lebih baik, sehingga menciptakan manfaat langsung bagi konsumen. Namun, persaingan yang ketat juga dapat menekan margin keuntungan dan memaksa perusahaan untuk terus-menerus beradaptasi dengan tren pasar yang berubah.(Nasuka, 2020)

Dalam menghadapi permasalahan ini, Lentera Wedding berusaha untuk terus mempertahankan pelayanan dan kualitas produk yang baik. Mereka juga perlu memahami kekuatan dan kelemahan pesaing, serta tren pasar yang berlaku, agar dapat merumuskan strategi secara efektif. Dengan demikian, persaingan pasar tidak hanya berfungsi sebagai pendorong untuk perbaikan berkelanjutan, tetapi juga sebagai tantangan yang memerlukan adaptasi dan inovasi untuk tetap relevan dan sukses.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh Lentera Wedding untuk meningkatkan penyewaan baju, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan mencakup produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik, janji, dan kesabaran. Namun, dari sembilan strategi tersebut, empat strategi yang lebih menonjol adalah:

1. Product (Produk), di Lentera Wedding produk yang ditawarkan yaitu jasa penyewaan baju wedding, jasa penyewaan baju karnaval, jasa penyewaan baju adat, jasa penyewaan dekorasi dan jasa merias wajah.
2. Price (Harga), harga yang ditentukan oleh Lentera Wedding yaitu diperuntukkan untuk kalangan menengah kebawah.
3. Place (Tempat), tempat studio Lentera Wedding mudah dijangkau karena berada di pertengahan desa dan dekat dengan jalan raya.
4. Promotion (Promosi), promosi yang dilakukan oleh Lentera Wedding yaitu media sosial, seperti: Whatsapp, Facebook dan Instagram.

Strategi promosi yang paling efektif dalam menarik perhatian pelanggan di Lentera Wedding adalah melalui media sosial serta pelayanan yang diberikan oleh pemilik sesuai dengan etika bisnis. Kendala yang umum dihadapi oleh setiap pelaku bisnis, termasuk Lentera Wedding, adalah persaingan pasar.

REFERENSI

- Azkiya, A., Saputra, A., & Sar, S. (2018). *Aplikasi Penyewaan Perlengkapan Pernikahan Pada Qinoy Salon Berbasis Web*. 9(1), 29–34.
- Berliandika, B., Isfianadewi, D., & Priyono, A. (2021). Strategi Sustainable Business Model Innovation pada Industri Fashion Digital Ilustrasi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 46–60. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3798>
- Maldina, E. Y. (2019). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Quensha Di Pamijahan Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmiah*, 1–90.
- Muali, C., & Nisa', K. (2019). Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 168–185. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.168-185>
- Nafisah, S., Mustika, M., & Khasanah, S. N. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Pada Produk Mikro. *Jurnal Manajemen STEI*, 06(01), 22–33.
- Nasuka, M. (2020). Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai. *Bisei: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 28–29.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>