



# IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA AGREEMENT IN OPTIMIZING CUSTOMER SATISFACTION AND BATIK CRAFTSMEN'S WELFARE

Page | 33

## IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA DALAM MENGOPTIMALKAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KESEJAHTERAAN PENGRAJIN BATIK

Badrus Syamsi<sup>1</sup>, Maksum<sup>2</sup>, Muktirrahman<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Annuqayah, Email : [badrussyamsi2202@gmail.com](mailto:badrussyamsi2202@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Annuqayah, Email : [maksummuktie@ua.ac.id](mailto:maksummuktie@ua.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Annuqayah, Email: [m.rahmanasyaf@gmail.com](mailto:m.rahmanasyaf@gmail.com)

### Abstract (English version)

**Objective** – This study aims to analyze the istishna contract mechanism implemented by Batik Safira in West Pakandangan Village, Bluto District, Sumenep Regency, and its impact on customer satisfaction and the welfare of batik artisans.

**Methodology** – This study used a descriptive qualitative approach, collecting data through in-depth interviews with Batik Safira owner Taufikurrahman, Batik Safira employees Fahri Salman, Weni Yulifah, and Ahmad Mudhir, and Batik Safira customers Kholil, Muthmainnah, and Hayati Noer. Direct observation of the production process and documentation were also conducted to obtain a comprehensive picture. Data analysis using the Miles and Huberman method included data reduction, data presentation, and data conclusions or verification.

**Research Results** – The results indicate that the implementation of the istishna contract at Batik Safira encompasses product ordering and specifications, pricing and payment, completion and delivery times. The implementation of the istishna contract has been shown to increase customer satisfaction, as customers feel more involved in the production process and are able to obtain products that meet their desires. Furthermore, the istishna contract contributes to improved artisan welfare through a more structured work system, order certainty, and increased income.

**Limitations** – This research was conducted only at Batik Safira, Sumenep, so the results cannot be generalized to the batik industry at large. Furthermore,

### Keywords:

Istisna  
Contract,  
Customer  
Satisfaction,  
Batik Industry

Article History:  
Submitted: 11  
March 2025  
Revised: 21 April  
2025,  
Published: 30  
June 2025

# IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

## IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

Page | 34

the approach used was descriptive qualitative, so it does not provide a numerical measure of customer satisfaction.

**Practical Implications** – The results of this study can serve as a reference for batik entrepreneurs in implementing the istishna contract to improve customer satisfaction. The use of the istishna contract will provide clarity in the ordering, payment, and production timeline stages, which can be a key factor in increasing the competitiveness of batik businesses.

### Abstrak (versi bahasa)

**Tujuan** – Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis tentang mekanisme akad istishna yang diterapkan oleh Batik Safira di Desa Pakandangan Barat, Kec. Bluto, Kab. Sumenep, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan kesejahteraan pengrajin batik.

**Metodologi** – Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam kepada pemilik Batik Safira Taufikurrahman, Karyawan Batik Safira yaitu Fahri Salman, Weni Yulifah dan Ahmad Mudhir serta Pelanggan Batik Safira Kholil, Muthmainnah dan Hayati Noer. Observasi langsung terhadap proses produksi dan dokumentasi juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif. Analisis data menggunakan metode Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan data atau verifikasi.

**Hasil Penelitian** – Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akad istishna pada Batik Safira meliputi pemesanan dan spesifikasi produk, penetapan harga dan pembayaran, waktu penyelesaian dan penyerahan barang. Implementasi akad istishna terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa lebih terlibat dalam proses produksi dan dapat memperoleh produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, akad istishna berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan pengrajin melalui sistem kerja yang lebih terstruktur, adanya kepastian pesanan, serta peningkatan pendapatan.

**Keterbatasan** – Penelitian ini hanya dilakukan di Batik Safira, Sumenep, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk industri batik secara luas. Selain itu, pendekatan yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, sehingga tidak memberikan pengukuran numerik terhadap kepuasan Pelanggan.

**Implikasi Praktis** – Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengusaha batik dalam menerapkan akad istishna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penggunaan akad istishna akan memberikan kejelasan dalam tahap pemesanan, pembayaran, dan waktu produksi dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha batik.

**Kata Kunci:**  
Akad Istisna,  
Kepuasan  
Pelanggan,  
Industri Batik

Riwayat Artikel:  
Submit: 11 Maret  
2025  
Revisi: 01 April  
2025  
Publish: 30 Juni  
2025

## PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan elemen krusial yang menentukan kesuksesan dan keberlanjutan sebuah bisnis, terutama dalam industri yang sangat kompetitif saat ini. Perusahaan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan akan mampu memenangkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi mereka di pasar. Dalam konteks industri keuangan syariah, salah satu metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah melalui penerapan akad istishna.

Akad istishna adalah kontrak syariah yang digunakan untuk pembiayaan barang berdasarkan pesanan dengan spesifikasi tertentu. Dalam akad ini, pembeli memesan barang atau produk yang belum diproduksi, dan penjual berkomitmen untuk memproduksi barang tersebut sesuai dengan spesifikasi yang disepakati. Konsep ini memberikan keuntungan dalam hal fleksibilitas dan penyesuaian produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan adanya akad istishna, pelanggan dapat memesan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka tanpa harus terikat dengan barang yang sudah jadi atau stok yang ada.

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk selalu memuaskan kebutuhan konsumen. Selain menjadi kunci siklus hidup perusahaan, konsumen yang terpuaskan akan menaikkan keunggulan dalam persaingan bisnis. Konsumen akan kembali membeli produk dan menggunakan jasa jika mereka merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan yang didapatkan. Konsumen juga akan muncul kembali pada saat kebutuhan yang sama di masa mendatang (Meithiana, 2019).

Akad istishna merupakan salah satu akad jual beli dalam Islam, dimana model pemesanan untuk pembuatan barangnya dengan kriteria dan persyaratan tertentu harus disepakati antara pembeli (mustashni') dengan penjual (shani'). Pengertian Istishna secara etimologi, merupakan mashdar dari Istisna'a asy-syai' yang dapat diartikan sebagai meminta membuat sesuatu. Adapaun istishna secara terminologi adalah transaksi terhadap barang dagangan dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya (Syaikhu dkk., 2020).

Meskipun akad istishna menawarkan berbagai keuntungan, implementasinya tidak selalu berjalan mulus. Berbagai faktor seperti pemahaman yang tidak memadai tentang akad ini, tantangan dalam proses produksi, serta koordinasi antara pihak-pihak yang terlibat dapat mempengaruhi efektivitasnya, termasuk jual beli online dengan menggunakan akad istishna (Abdillah dkk., 2024; Rahmawati & Nisa, 2024; Zahra, 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi

## IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

### IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

bagaimana akad istishna diterapkan dalam jual beli dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Batik yang merupakan pakaian khas Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah (UKM). Industri batik tersebar luas di Indonesia dengan motif-motif

Page | 36 yang berbeda setiap daerah. Banyak masyarakat dari yang muda hingga yang tua mengenakan batik untuk acara-acara formal dan nonformal. Di era saat ini sering kita lihat konsumen datang kepada produsen untuk dibuatkan barang yang belum ada bentuknya. Begitu juga di industri pembuatan batik. Biasanya konsumen datang ke pembuat batik dan meminta dibuatkan batik dengan motif hingga pemilihan kain dan lainnya ditentukan konsumen dan disepakati produsen. Dalam islam transaksi seperti itu termasuk kedalam jual beli dengan akad istishna (Tirtasari, 2022; Za'mi, 2020).

Implementasi akad Istishna di industri batik merupakan topik yang menarik karena menggabungkan aspek hukum islam dan industri kreatif (Bimantara & Asari, 2022; Prassetiyo, 2023). Dalam konstek batik, implementasi akad istishna dapat melibatkan aspek hukum, proses produksi, dan pemasaran batik. Penelitian semacam ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana prinsip-prinsip hukum Islam diterapkan dalam industri kreatif khas indonesia, seperti batik. Selain itu juga relevan dengan upaya untuk memahami peran hukum Islam dalam konteks ekonomi dan bisnis.

Gambar 1 Skala Industri Batik Indonesia



Sumber: [https://bbkb.kemenperin.go.id/information/d\\_ikm](https://bbkb.kemenperin.go.id/information/d_ikm)

Akad Istishna sudah diterapakan oleh batik safira tetapi belum ada kajian mendalam mengenai efektifitas akad istishna dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting keberhasilan suatu bisnis terutama dalam industri yang kompetitif seperti batik. Tercatat di Kabupaten Sumenep terdapat 500 lebih usaha Batik (Diskop UKM dan Perindag Kab. Sumenep, 2024). Permasalahan utama yang muncul adalah apakah proses dan mekanisme akad istishna sudah dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, baik dari segi kualitas produk, ketepatan waktu, maupun aspek lain yang mempengaruhi kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengidentifikasi kendala yang ada, mengevaluasi implementasi akad tersebut, serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu batik safira dalam mengoptimalkan kepuasan pelanggannya melalui akad istishna.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana implementasi akad Istishna dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan dalam industri jual beli. Dengan menganalisis proses penerapan akad ini, faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya, serta dampaknya terhadap pengalaman pelanggan, diharapkan dapat ditemukan strategi-strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Selain itu, dengan berkembangnya industri batik dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja sehingga akan mengurangi pengangguran (Maksum & Khovifa, 2022). Melalui kajian ini, diharapkan usaha-usaha dalam industri batik dapat lebih memahami potensi dan tantangan dari akad istishna, serta mengimplementasikannya dengan lebih efektif untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

### **Istisna'**

Istiş na' adalah suatu bentuk transaksi seperti jual beli salam yang berkaitan dengan barang (komoditas) yang dijual yang belum ada. Untuk barang-barang manufaktur, beban tentu menjadi tanggung jawab produsen (penjual) setelah selesainya transaksi. Istiş na' berasal dari kata mashdar dari Istiş na' a asy-syai' yang artinya meminta kepada orang yang membuat sesuatu untuk melakukan sesuatu (Mardani, 2015). Secara terminologi, 'Istishna' mengacu pada transaksi barang yang perlu dilakukan. Obyek perdagangannya adalah barang-barang yang memerlukan kerja dan kerja yang diperlukan untuk menghasilkan barang tersebut (Mardani, 2015).

Dalam terminologi Fuqaha, Istiṣna' diartikan sebagai akad yang mengharuskan seseorang memproduksi suatu barang tertentu dengan format tertentu. Hal ini dapat diartikan sebagai kontrak yang dibuat dengan seseorang untuk menyimpan barang tertentu. Dengan kata lain, akad adalah suatu perjanjian

Page | 38 untuk membeli sesuatu yang dibuat oleh orang lain. Alternatifnya, keinginan masyarakat untuk memperoleh sesuatu seringkali memerlukan pihak lain untuk memproduksinya, dan hal seperti itu disebut jual beli istishna, yakni dengan standar dan syarat tertentu yang dapat dicapai melalui akad jual beli yang berupa pesanan atas barang tersebut produksi barang tertentu antar perusahaan. Hal ini disepakati antara pelanggan (pembeli) dan penjual (produsen) (MUI, 2000).

Agar suatu akad istishna sah, terlebih dahulu harga harus ditetapkan sesuai akad dan barangnya harus mempunyai spesifikasi yang jelas dan disepakati bersama. Istishna memperbolehkan Anda membayar secara mencil sampai selesai atau di muka. Akad Istishna biasanya berlaku untuk industri dan produk (Ascarya, 2008). Dengan demikian, istishna adalah akad yang diakhiri dengan jual beli pada harga yang disepakati, dan pembeli memerintahkan pembuatan, perakitan, atau pembangunan sesuatu untuk diserahkan di kemudian hari (Ayub, 2009).

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sebenarnya tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen pada saat membeli barang dan jasa antara lain: kebutuhan dan keinginan yang dirasakan konsumen pada saat membeli barang dan jasa, pengalaman masa lalunya dalam mengkonsumsi barang dan jasa; iklan layanan (Meithiana, 2019). Kepuasan konsumen mengacu pada perasaan bahagia atau kecewa yang timbul ketika membandingkan kinerja (hasil) suatu produk dengan kinerja yang diharapkan (N. Kotler & Kotler, 2009).

Kepuasan pelanggan adalah ringkasan keadaan psikologis yang terjadi ketika emosi seputar harapan tidak sesuai dan emosi seputar pengalaman konsumsi diperkuat. Westbrook & Reilly menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dibeli (Fandy & Greforius, 2016).

Gaspers mengatakan kepuasan konsumen sebenarnya bergantung pada persepsi dan harapan konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain (a) kebutuhan dan keinginan berkaitan dengan apa

yang dirasakan konsumen ketika berbisnis dengan produsen produk; (b) pengalaman masa lalu konsumen mengonsumsi produk produsen atau produk pesaing; dan (c) pengalaman teman konsumen (Gaspersz, 1997). Dari berbagai pendapat di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa pengertian kepuasan konsumen adalah tingkat emosi yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk dengan harapannya sendiri.

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan. (a) Kualitas Produk dan Layanan. Konsumen akan merasa puas jika produk dan jasa yang mereka gunakan mempunyai kualitas yang tinggi dari hasil penilaian mereka. (b) kualitas jasa, khususnya untuk industri jasa; Konsumen merasa puas ketika menerima pelayanan yang baik atau pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, para pebisnis terus bersaing untuk menarik pelanggan agar tetap setia pada perusahaannya. (c) Emosional: Ketika konsumen menggunakan produk atau jasa merek tertentu, mereka cenderung merasa bangga, yakin bahwa orang lain akan mengaguminya, dan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (d) Harga: Semakin tinggi harga suatu pengobatan, semakin tinggi pula harapan pasien. Rumah sakit kini menawarkan nilai lebih besar kepada pasien dengan harga lebih rendah untuk kualitas yang sama. (e) Biaya: Pasien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk menerima layanan biasanya merasa puas dengan layanan tersebut. (P. Kotler & Keller, 2012).

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang berlokasi di Batik Safira Sumenep. Menurut Dedi Mulyana, penelitian lapangan merupakan jenis penelitian yang mempelajari fenomena-fenomena di lingkungan alam (Mulyana, 2003). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Mengutip pendapat Whitney, Nazir berpendapat bahwa metode deskriptif adalah tentang menetapkan fakta melalui interpretasi yang benar. Metode ini mempertimbangkan permasalahan sosial dan prosedur yang digunakan didalamnya. Situasi tertentu tidak hanya mencakup dampak fenomena tetapi juga hubungan antara aktivitas, sikap, keyakinan, dan proses yang sedang berlangsung (Nazir, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui obeservasi, dokumentasi dan wawancara terhadap pemilik Batik Safira Taufikurrahman, Karyawan Batik Safira yaitu Fahri Salman, Weni Yulifah dan Ahmad Mudhir. Pelanggan Batik Safira turut serta diwawancara untuk memperkuat data yang diperoleh yaitu Kholil, Muthmainnah

## IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

### IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

dan Hayati Noer. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang berlangsung bersamaan dengan proses pengumpulan data yang dimulai dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan data atau verifikasi (Moleong, 2004).

Page | 40

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Akad Istishna di Batik Safira dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Sistem jual beli yang diterapkan di Batik Safira didasarkan pada konsep akad istishna, dimana barang dipesan terlebih dahulu dan konsumen menentukan spesifikasi yang diinginkan. Kedua belah pihak kemudian akan menyepakati harga dan sistem pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan di awal, bertahap, atau di akhir. Umumnya konsumen membayar deposit terlebih dahulu dan kemudian membayar penuh setelah barang pesanan dikirimkan. Kontrak yang dilakukan oleh Bapak Taufikurahman, pemilik Batik Safira, dengan pembeli dapat berbentuk tertulis maupun tidak tertulis (Taufikurrahman, komunikasi pribadi, 12 Juni 2024). Pembayaran awal atau DP sudah umum dilakukan dalam industri pembuatan batik atau produk kostum lainnya untuk memastikan keseriusan komitmen kedua belah pihak.

Motif batik yang biasa di pesan oleh konsumen adalah motif keris yang membutuhkan waktu satu minggu untuk satu lembar kain. Hal ini menunjukkan proses pembuatan batik di batik safira dilakukan dengan teliti serta membutuhkan waktu yang relatif lama dalam menyelesaikan setiap lembar batiknya. Harga yang ditawarkan juga relatif murah sekitar Rp.350.000 perlembar lebih murah dibandingkan dengan harga di tempat lain sekitar RP. 400.000. inilah bukti harga batik safira menawarkan harga yang lebih kompetitif dikarenakan adanya kebijakan harga untuk pelanggan tetap atau pembelian dalam jumlah tertentu (Muthmainnah, komunikasi pribadi, 13 Juni 2024).

Untuk menarik minat konsumen Batik Safira mempunyai berbagai macam motif seperti Batik Sumenep, Kalimantan dan Sulawesi. Untuk jasa pemesanan dalam bentuk seragam Batik Safira juga menyediakan rekomendasi motif dan desain. Sedangkan untuk pemesanan individu tergantung pada keinginan pemesan (F. Salman, komunikasi pribadi, 12 Juni 2024).

Kepuasan pelanggan tetap maupun calon pembeli baru merupakan pencapaian yang harus diperoleh bagi pengusaha, oleh karena itu, Batik Safira mengupayakan kepuasan pelanggan terutama pada barang pesanan, seperti

halnya pesanan harus selesai tepat waktu, motif ataupun corak harus sesuai dengan keinginan dan permintaan pelanggan. Dengan upaya tersebut Batik Safira mampu mengoptimalkan penjualan karena dengan adanya bukti pelanggan yang melakukan pembelian ulang. Sejauh ini pelanggan yang biasa melakukan pemesanan mengaku puas terhadap pelayanan serta produk yang dihasilkan Batik Safira (Kholil, komunikasi pribadi, 13 Juni 2024).

Page | 41

Pelanggan yang merasa puas tentunya menjadi promosi berjalan tanpa menggunakan alat khusus, mereka akan menyebarkan infomasi secara langsung tentang pengalaman pembelian mereka di Batik Safira, hal ini menjadi poin penting juga nilai tambah bagi Batik Safira untuk terus berusaha mengembangkan serta meningkatkan kualitas yang dimiliki agar kepuasan pelanggan terpenuhi dan mereka merealisasikan dengan melakukan pembelian kembali serta menarik minat calon pembeli.

Batik Safira fokus kepada optimalisasi kepuasan pelanggan dalam pemesanan batik menggunakan akad istishna. Artinya mereka tidak hanya menjual produk tetapi juga berusaha memenuhi keinginan dan ekspektasi pelanggan. Pelanggan juga memiliki peran penting dalam proses pemilihan desain, dengan menyebutkan kriteria dan keinginan mereka sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa batik safira menerapkan akad istishna' berbasis kebutuhan, pelanggan memberikan sendiri rekomendasi desain yang diinginkan.

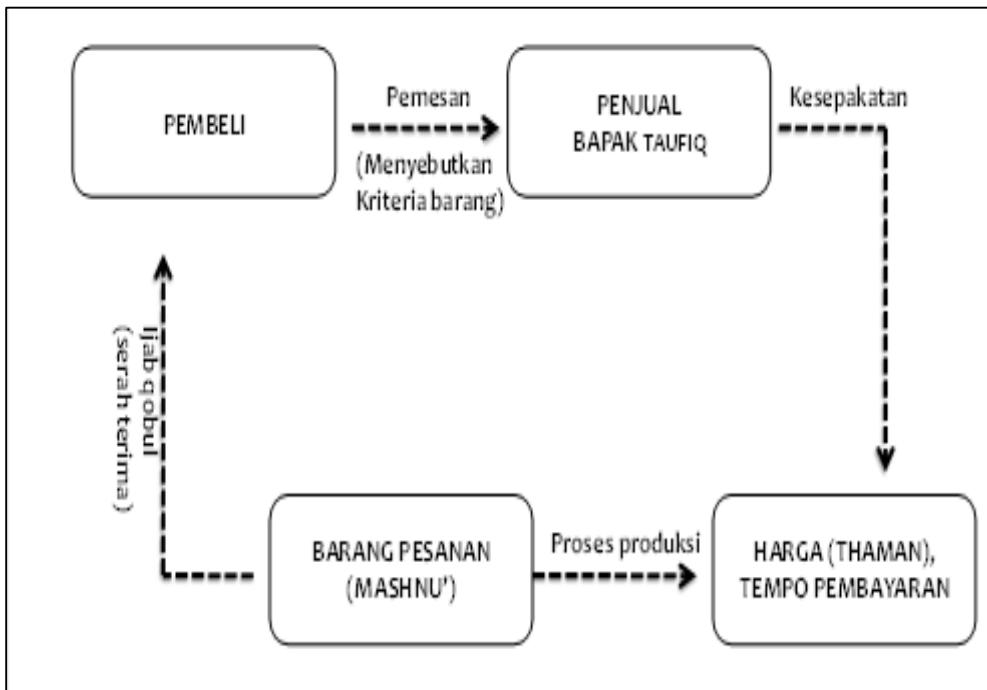
## IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

### IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

Page | 42

Gambar 2 Akad Isthisna' di Batik Safira



Pembeli atau pihak pemesan menyampaikan kriteria barang yang diinginkan secara detail kepada penjual yaitu Bapak Taufiq selaku pemilik Batik Safira, baik dari segi motif dan kain batik, setelah semua jelas lalu tercapailah kesepakatan mengenai harga apakah dibayar di awal dengan DP, dicicil atau dibayar pada akhir setelah barang jadi. Selanjutnya terjadilah proses produksi yaitu pembuatan barang pesanan oleh produsen sesuai dengan permintaan konsumen, ijab qobul merupakan akhir dari ba'i istishna antara produsen dengan konsumen sekaligus penyerahan barang pesanan.

Proses ini sudah sesuai dengan syarat dan rukun akad istishna meliputi penetapan spesifikasi barang yang disetujui oleh kedua pihak, penetapan harga yang disepakati bersama, penentuan metode pembayaran dan diakhiri dengan proses pemindahan kepemilikan melalui jual beli (Ascarya, 2008; Ayub, 2009; Bimantara & Asari, 2022).

Selain penerapan akad Istishna, kepuasan pelanggan di Batik Safira juga dipengaruhi dari beberapa aspek seperti keprofesionalan staf, keramahan kepada pelanggan, kemudahan dalam proses pemesanan, serta responsif terhadap menanggapi pertanyaan konsumen. Hal ini seusai dengan penelitian sebelumnya tentang jual beli akad istishna dengan spesifikasi barang yang berbeda dari barang lainnya (Zahra, 2024). Secara umum, industri batik menggunakan akad Istishna

karena konsumen batik memiliki selera yang berbeda-beda (Nazliya, 2021; Tirtasari, 2022; Za'mi, 2020). Poin penyelesaian tepat waktu merupakan hal paling memuaskan konsumen karena berdasarkan dari pengalaman terdahulu bahwa pesanan batik di selasaikan tepat waktu sesuai dengan kesepakatan di awal. Hal ini menunjukkan bahwa Batik Safira dapat diandalkan dalam memenuhi **Page | 43** komitmen waktu.

### **Penerapan Akad Istishna dalam peningkatan kesejahteraan Pengrajin Batik Safira**

Implementasi akad istishna di Batik Safira tidak hanya berdampak pada kepuasan pelanggan, tetapi juga membawa manfaat langsung bagi kesejahteraan para pengrajin batik. Sistem pemesanan berdasarkan kebutuhan pelanggan memberikan kepastian kerja sebelum proses produksi dimulai. Hal ini sangat membantu pengrajin dalam merencanakan waktu dan tenaga secara lebih efektif dan efisien, sekaligus menjamin adanya pendapatan dari setiap pesanan yang dikerjakan (Fauziyah, 2021).

Selain itu, akad istishna membuka peluang bagi pengrajin untuk mendapatkan uang muka atau pembayaran bertahap. Sistem ini yang sangat berguna dalam menjaga kelancaran arus kas. Dana tersebut dapat digunakan untuk membeli bahan baku atau kebutuhan produksi lainnya, sehingga mengurangi beban finansial yang biasanya ditanggung di awal. Dengan adanya jaminan pembayaran dan dukungan dana awal, beban risiko usaha menjadi lebih ringan (Billah, 2019).

Keterlibatan pengrajin dalam proses desain sesuai permintaan pelanggan juga memberi dampak positif secara psikologis. Mereka merasa dihargai dan dipercaya atas keahlian mereka, yang berdampak pada meningkatnya motivasi dan kebanggaan terhadap pekerjaan (Toyama dkk., 2022). Dalam jangka panjang, hubungan baik dengan pelanggan dan reputasi kualitas produk mendorong terjadinya pemesanan ulang, sehingga menciptakan kesinambungan pendapatan dan meningkatkan taraf hidup pengrajin secara bertahap (Hussain dkk., 2025).

### **SIMPULAN**

Implementasi akad istishna di Batik Safira merupakan transaksi pemesanan yang menggunakan akad istishna. Proses pemesanan barang yang dilakukan secara langsung maupun via media sosial selanjutnya proses pembayaran dapat dilakukan di awal pemesanan (DP) maupun di akhir, proses pembuatan batik hingga tahap penyerahan barang pesanan kepada pemesan. Fleksibilitas akad istishna memungkinkan para pelanggan memesan batik sesuai keinginan mereka. Penerapan akad istishna di Batik Safira memberikan dampak yang besar terhadap

# IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

## IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

kepuasan pelanggan hal ini tercermin dari respon positif kepuasan yang dirasakan pemesan terhadap barang yang dipesan sesuai dengan yang diharapkan. Faktor pendukung penerapan akad istishna yaitu kemampuan produsen dalam memahami kebutuhan pelanggan dan membangun kepercayaan antara pelanggan

Page | 44 dan produsen, sedikit hambatan yang dialami yaitu dalam waktu penggerjaan yang lebih lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, U. A. F., Fawaid, F., & Huda, B. (2024). Penyelesaian Problem Akad Istishna Berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 di UD Putra Ngetos Meubel. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 131–150.
- Ascarya. (2008). *Akad dan Produk Bank Syariah*. PT. Rajawali Pers.
- Ayub, M. (2009). *Understanding islamic finance*. John Wiley & Sons. <https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=HjwL-VOKEVQC&oi=fnd&pg=PT9&dq=%E2%80%A2%09Muhammad+Ayub,+Understanding+Islamic+Finance+A-Z+Keuangan+Syariah&ots=fcNq1RFYZw&sig=y1YUAkE4CDvFOTsVB63An6lhSL8>
- Billah, M. M. (2019). Islamic Manufacture Financing Contract (Aqd al-Istisna'). Dalam M. M. Billah (Ed.), *Islamic Financial Products: Principles, Instruments and Structures* (hlm. 279–289). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-17624-2\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-030-17624-2_21)
- Bimantara, D., & Asari, A. (2022). Akad Analisis Akad Istishna Perspektif Fikih Muamalah dan Hukum Perdata. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(2), 143–155.
- Diskop UKM dan Perindag Kab. Sumenep. (2024). <https://kabarmadura.id/alamat-tidak-update-sumenep-butuh-pembaharuan-data-pengrajin-batik/>
- Fandy, T., & Greforius, C. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). *Yogyakarta: Andi*, 32.
- Fauziyah. (2021). *The Development of Yogyakarta Special Batik Design to Meet Customer Desire and Satisfaction Using Quality Function Deployment*. 399–405. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.057>
- Gaspersz, V. (1997). Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa. *Gramedia Pustaka Utama*.

Hussain, S., Seet, P.-S., Qazi, A., Salam, A., Sadeque, S., & Shar, S. (2025). Brand loyalty and repurchase intention in the face of opportunistic recalls: The moderating role of perceived dialogical CSR communication. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104226. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104226>

Page | 45

Kholil. (2024, Juni 13). *Wawancara dengan Pelanggan Batik Safira* [Komunikasi pribadi].

Kotler, N., & Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. *Jakarta: Penerbit Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Maksum, M., & Khovifa, K. L. F. (2022). The Impact of minimum wage, gross regional domestic product, inflation and education level on labor absorption in East Java province 2011-2020: *ASNAF : Journal of Economic Welfare, Philantropy, Zakat and Waqf*, 123–139. <https://doi.org/10.32505/asnaf.v1i2.4738>

Mardani, D. (2015). *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenada Media. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ncDvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Mardani,+Fiqh+Ekonomi+Syariah,+Fiqh+Muamalah+&ots=m7ASvEuiWe&sig=ZAbImzwKJkH\\_1ZWJrAoea6sdVOY](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ncDvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Mardani,+Fiqh+Ekonomi+Syariah,+Fiqh+Muamalah+&ots=m7ASvEuiWe&sig=ZAbImzwKJkH_1ZWJrAoea6sdVOY)

Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.

Moleong, L. J. (2004). Metodelogi penelitian. *Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya*, 3(01). <https://core.ac.uk/download/pdf/200764660.pdf>

MUI, D. (2000, April 4). *Fatwa DSN NO:06/DSN-MUI/IV/2000, Tentang Jual Beli Istisna*.

Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya)*.

Muthmainnah. (2024, Juni 13). *Wawancara dengan Pelanggan Batik Safira* [Komunikasi pribadi].

Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. *Penerbit Ghalia Indonesia*. Bogor, 66.

Nazliya, W. (2021). *Implementasi Jual Beli Pesanan (Istishna') Pada Usaha Bengkel Las Yuda Di Kelurahan Tambun Nabalon* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan]. <http://repository.uinsu.ac.id/12887/>

Prassetyo, R. B. (2023). *Analisis Penerapan Akad Istishna'dalam Usaha Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan* [PhD Thesis, IAIN Kudus]. <http://repository.iainkudus.ac.id/11557/>

# IMPLEMENTATION OF THE ISTISHNA

## IMPLEMENTASI AKAD ISTISHNA

Badrus Syamsi, Maksum, Muktirrahman

Rahmawati, O. F., & Nisa, F. L. (2024). Penerapan Akad Istishna dalam Sistem Cash On Delivery (COD) pada Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 178–188.

Page | 46

Salman, F. (2024, Juni 12). *Wawancara dengan Karyawan Batik Safira* [Komunikasi pribadi].

Syaikhu, S., Ariyadi, A., & Norwili, N. (2020). *Fikih muamalah: Memahami konsep dan dialektika kontemporer*.

Taufikurrahman. (2024, Juni 12). *Wawancara dengan Owner Batik Safira* [Komunikasi pribadi].

Tirtasari, R. (2022). *Pelaksanaan Akad Istishna'dalam Jual Beli Batik Anak Kuantan Di Desa Kampung Baru Kecamatan Gunung Toar Kabupaten Kuantan Singingi Menurut Perspektif Fatwa DSN NO. 06/DSN-MUI/IV/2000* [PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/60279/>

Toyama, H., Upadyaya, K., & Salmela-Aro, K. (2022). Job crafting and well-being among school principals: The role of basic psychological need satisfaction and frustration. *European Management Journal*, 40(5), 809–818. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.10.003>

Zahra, S. A. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Akad Jual Beli Istishna Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(1), 56–63.

Za'mi, M. N. (2020). *Implementasi akad istishna'pada produksi batik tulis di Wiradesa Kabupaten Pekalongan dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen* [PhD Thesis, IAIN Pekalongan]. <http://etheses.uingusdur.ac.id/id/eprint/1940>