



IMPLEMENTASI AKAD IJARAH DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA USAHA SEWA TENDA PONOROGO

*IMPLEMENTATION OF IJARAH AGREEMENTS IN BUILDING CONSUMER TRUST IN THE
PONOROGO TENT RENTAL BUSINESS*

Isna Marlina^{1*}, Fatkhur Rohman Albanjari², Adib Khusnul Rois³

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

*Email Correspondence: isnamarlina76@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan perihal penerapan akad Ijarah dalam praktik sewa-menyewa perlengkapan outdoor di Sewa Tenda Ponorogo untuk membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini tergolong pada jenis penelitian kualitatif tipe Etnografi Virtual yang dilakukan di Kelurahan Kadipaten Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi jarak jauh. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sistem persewaan yang dilakukan di persewaan kebutuhan outdoor Sewa Tenda Ponorogo masih menggunakan cara konvensional. Pemilik usaha, karyawan dan konsumen Sewa Tenda Ponorogo juga belum mengetahui tentang apa itu Perjanjian Ijarah, akan tetapi dalam pelaksanaan sewa sesuai dengan prinsip dan ketentuan ijarah termasuk mulai dari Aqil atau orang yang menyewakan sewa, sighthat akad atau ijab qabul, ujroh atau biaya sewa dan manfaat ijarah itu sendiri. Keberadaan usaha persewaan Sewa Tenda Ponorogo sangat menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, kemudian memberikan kemudahan para konsumen untuk memenuhi kebutuhan sewa alat outdoor dengan mudah dan harga yang sesuai pasaran daerah Ponorogo. Konsumen merasa aman dan Nyaman ketika menggunakan jasa Sewa Tenda Ponorogo sehingga seringkali menyewa Kembali dan menjadi pelanggan tetap.

Kata Kunci: Akad, Ijarah, Kepercayaan, Konsumen.

ABSTRACT

This research aims to increase knowledge about the implementation of the Ijarah contract in the practice of renting outdoor equipment at Sewa Tenda Ponorogo to build consumer trust. This study is classified as a type of qualitative research of the Virtual Ethnography type conducted in Kadipaten Village, Babadan District, Ponorogo Regency. Research data were collected using interview techniques, observation and long-distance documentation. The results of the study concluded that the rental system carried out at the Sewa Tenda Ponorogo outdoor rental still uses conventional methods. Business owners, employees and consumers of Sewa Tenda Ponorogo also do not know what the Ijarah Agreement is, but in the implementation of the lease in accordance with the principles and provisions of ijarah including starting from Aqil or the person who rents the lease, sighthat akad or ijab qabul, ujroh or rental fees and the benefits of ijarah itself. The existence of the Sewa Tenda Ponorogo rental business is very financially beneficial for business owners, then provides convenience for consumers to meet their outdoor equipment rental needs easily and at prices that are in accordance with the Ponorogo market. Consumers feel safe and comfortable when using Ponorogo Tent Rental services so they often rent again and become regular customers.

Keywords: Contract, Ijarah, Trust, Consumer.

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan bantuan dari orang lain. Kebutuhan dalam bersosialisasi dan juga pemenuhan kebutuhan hidupnya yang lain,

seperti kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Dalam kapasitas mereka sebagai makhluk yang diciptakan oleh Allah SWT, sebagai manusia tidak hanya mengerjakan ibadah saja tetapi juga saling bermuamalah



dengan manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Allah SWT menetapkan hukum-hukum muamalah sebagai pedoman untuk mengatur interaksi antar manusia dalam berbagai aspek kehidupan, seperti jual beli, pinjam-meminjam, sewa-menyewa, pemberian upah, gadai, dan lainnya. Fikih muamalah berfungsi sebagai tata aturan yang mengarahkan manusia dalam menjalin hubungan sosial dan ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Salah satu bentuk hubungan tersebut dapat dilakukan melalui akad ijarah, yakni sistem sewa-menyewa yang sesuai dengan hukum Islam.

Secara bahasa, ijarah berarti upah (As'at, 1979). Dalam terminologi syariat, ijarah diartikan sebagai suatu bentuk akad untuk memperoleh manfaat dari sesuatu dengan memberikan imbalan tertentu (Sayyid, 2004). Dalam ilmu fikih, ijarah merujuk pada kegiatan sewa-menyewa yang dilakukan antara satu individu dengan individu lainnya, di mana tujuan utamanya adalah untuk memanfaatkan suatu benda tanpa mengurangi atau merusak wujud aslinya. Artinya, dalam transaksi ijarah, yang dialihkan hanyalah manfaat dari barang tersebut, bukan kepemilikannya. Manfaat ini bisa berupa penggunaan barang seperti mobil atau rumah, jasa dari hasil karya seperti musisi, ataupun tenaga kerja dari individu seperti karyawan atau pekerja lainnya (Hairuman, 2004).

Adanya penerapan akad Ijarah dalam pelaksanaan usaha dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan termasuk juga dalam usaha sewa menyewa barang dan jasa, hal tersebut tersebut juga diterapkan dalam usaha seorang pemuda yang bernama Sandi dengan nama usahanya adalah "Sewa Tenda Ponorogo" dimana usaha ini menyediakan persewaan alat pendakian berupa tenda, tas,

sepatu gunung dan sebagainya. Persewaan ini menerapkan landasan filosofis akad ijarah dalam kesehariannya seperti halnya ketauhidan diimplementasikan dengan ketertiban dalam menjalankan ibadah sehari-hari serta penyediaan tempat ibadah bagi tamu yang singgah kemudian kemaslahatan yang ada bagi umat dimana keberadaan sewa tenda disini banyak dari rekan pendaki yang memerlukan tempat singgah sementara sekaligus penyediaan logistik bagi tamu yang singgah kemudian prinsip ta'awun atau tolong menolong, hal ini tergambarkan melalui kerelaan memberikan barang sewa kepada usaha sewa lain dengan mengurangi biaya sewa yang relatif banyak dan tidak merebut konsumen tersebut walau persaingan persewaan peralatan pendakian dirasa cukup ketat di Ponorogo. Usaha yang didirikan oleh Sandi tetap bisa bertahan dan terjaga eksistensinya dengan cara memberikan harga sewa sesuai standar wilayah Ponorogo dan memberikan kemudahan ketika terjadi transaksi sewa-menyewa, kemudian peralatan yang disediakan lebih banyak jenisnya dibandingkan dengan persewaan yang lain di Kabupaten Ponorogo. (Mutafarida & Anam, 2020).

Dalam menjalankan usaha dengan konsep transaksi sewa menyewa ada hal penting yang harus diperhatikan yaitu tentang bagaimana menarik konsumen atau pelanggan untuk terus kembali dan percaya ketika melakukan transaksi dengan Sewa Tenda Ponorogo.

Kepercayaan (trust) telah dijelaskan dalam berbagai cara oleh para ahli dari berbagai disiplin ilmu (Knight, Holdsworth, & Mather, 2007). Dalam konteks pemasaran, kepercayaan konsumen (customer trust) memegang peranan penting sebagai faktor penentu dalam meningkatkan kinerja perusahaan di tengah persaingan pasar, serta



berkontribusi terhadap terciptanya loyalitas hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen (Guenzi, Johnson, & Castaldo, 2009). Oleh karena itu, kepercayaan konsumen mulai menjadi fokus dalam strategi pemasaran melalui peran karyawan garis depan atau Front Line Employees (FLEs) serta kebijakan dan praktik manajemen atau Management Policies and Practices (MPPs) (Sirdeshmukh, Singh, & Sabol, 2002). Hal ini menunjukkan bahwa membangun kepercayaan konsumen merupakan elemen krusial dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif (Huo, Ye, & Zhao, 2015). Sejumlah ahli memberikan definisi mengenai kepercayaan konsumen, antara lain Zand (1972) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan pengaturan kesadaran yang bergantung pada pihak lain, dan Morgan & Hunt (1994) mendefinisikannya sebagai keyakinan suatu kelompok terhadap pertukaran yang dapat dipercaya dan berintegritas. Mayer, Davis, & Schoorman (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah kesiapan untuk bersikap rentan terhadap tindakan pihak lain. Sementara itu, Rousseau et al. (1998) melihat kepercayaan sebagai kondisi psikologis yang mencerminkan kesiapan untuk menerima risiko dengan harapan terhadap perilaku positif dari pihak lain. Doney & Cannon (1997) menambahkan bahwa kepercayaan bergantung pada kredibilitas dan kebijakan pihak lain. Adapun Yu-shan Chen (2010) mendeskripsikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk bergantung pada produk, layanan, atau merek berdasarkan keyakinan terhadap kredibilitas, niat baik, dan kemampuan dalam kinerja lingkungan.

Hal ini menegaskan bahwa pentingnya pandangan yang baik dari konsumen pada transaksi Ijarah (sewa menyewa) produk yang

disediakan oleh Sewa Tenda Ponorogo untuk meningkatkan serta menjaga kepercayaan konsumen atas transaksi Ijarah dalam usaha tersebut. Maka disampaikan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang bagaimana penerapan akad Ijarah dalam usaha “Sewa Tenda Ponorogo” untuk membangun kepercayaan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Akad ijarah merupakan salah satu akad dalam ekonomi syariah yang berlandaskan prinsip tolong-menolong dan keadilan, di mana pihak penyewa (mustajir) memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa milik pihak lain (mu’jir) dengan imbalan tertentu. Dalam konteks usaha sewa tenda, akad ijarah menjadi dasar hukum transaksi antara pemilik usaha dan konsumen, yang menekankan pada kejelasan manfaat, harga, durasi sewa, serta kondisi barang yang disewakan. Pelaksanaan akad ini tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara materi, tetapi juga untuk membangun hubungan kepercayaan yang berkelanjutan antara penyedia jasa dan pelanggan. Kepercayaan konsumen dapat tumbuh ketika akad dijalankan sesuai prinsip syariah, seperti transparansi, kesepakatan sukarela, dan tanggung jawab atas kualitas barang. Dalam praktiknya, kejelasan akad ijarah memberikan rasa aman bagi konsumen karena mereka memahami hak dan kewajiban masing-masing pihak.

METODE

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif tipe Etnografi Virtual yang bertujuan untuk memahami fenomena atau peristiwa sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi dan



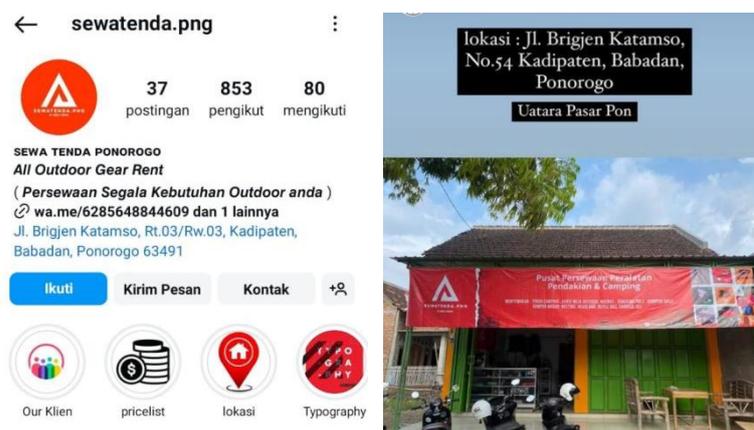
wawancara jarak jauh untuk penggalan informasi melalui tanya jawab dengan tujuan mendapatkan keabsahan data penelitian mengenai karakteristik usaha tersebut. Penelitian ini dilakukan pada Stan Usaha Usaha Sewa Tenda Ponorogo yang bergerak di bidang persewaan peralatan pendakian yang lengkap di Ponorogo, yang berlokasi di Jl. Brigjen Katamso no 54 Kelurahan Kadipaten Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo, pada tanggal 30 Januari 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sewa Tenda Ponorogo adalah bisnis rintisan yang menyediakan jasa dan penyewaan segala kebutuhan alat Outdoor pendakian. Dalam melakukan aktivitas penjualannya Sewa Tenda Ponorogo tersendiri menggunakan Instagram sebagai wadah menarik minat para konsumen untuk memakai produk rental yang ditawarkannya. Bisnis ini merupakan usaha rintisan dari awal yang didirikan oleh pemuda yang bernama Sandi Ibe'nu Hadhiqi merupakan pria kelahiran Trenggalek 26 Januari 2001.

Sewa Tenda Ponorogo berdiri karena adanya tekad dan hobby pemilik tersebut, dengan awal mula bisnis ini berdiri dilatarbelangi untuk memenuhi kebutuhan komunitas koleksi barang outdoors dan pendakian yang tadinya memang di hanya beli untuk keperluan pribadi dan komunitas, dengan kecerdasan pikiran pemuda tersebut yang berpikir bahwa sangat disayangkan jika peluang usaha ini dilewatkan, bermula dari itu mulai lah bisnis kecil kecilan dengan bermodalkan barang pribadi miliknya.

Berjalannya waktu pemuda tersebut menambah barang yang memang dikhususkan untuk usaha seperti menambah tenda, matras, dan lain lain. Seiring perjalanan bisnis ini membutuhkan waktu untuk dikenal banyak orang, karena memang bisnis ini berdiri dari awal tanpa adanya orang tahu, dengan pengenalan awal kepada para konsumen melalui media sosial dengan pengikut seadanya pada akun Instagram @sewagenda.png sehingga dapat beroperasi secara perlahan seiring berjalannya waktu.



Gambar 1. Tampilan Akun Instagram Sewa Tenda Ponorogo

Sewa-menyewa yang dilakukan oleh Sewa Tenda Ponorogo termasuk dalam jenis sewa-menyewa yang bersifat jasa dan manfaat dari suatu barang yang dilakukannya dengan klien dari Sewa Tenda Ponorogo. Jenis pelayanan yang ditawarkan oleh Sewa Tenda

Ponorogo, meliputi; Tenda Camping, Kursi Outdoor, Matras, Tracking Pole, Kompor Grill, Kompor Medan, Nesting, Refile Gas, Carrier, dan lain sebagainya. Adapun Price list yang ditampilkan di akun Instagramnya, yaitu sebagai berikut:



Tabel 1. Daftar Harga Sewa

No	Nama Barang	Harga Sewa
1.	Gorpcore	Rp 20.000
2.	Jas Hujan Ponco 3 in 1	Rp 10.000
3.	Sepatu Outdoor	Rp 20.000
4.	Nesting Set	Rp 10.000
5.	Gas Refill	Rp 10.000
6.	Lentera	Rp 8.000
7.	Lampu Tenda	Rp 5.000
8.	Headlamp	Rp 5.000
9.	Tenda Kap 4	Rp 30.000
10.	Tenda Kap 5	Rp 35.000
11.	Tenda Kap 6	Rp 50.000
12.	Kompor Medan	Rp 10.000
13.	Tenda Kap 2	Rp 25.000
14.	Flysheet	Rp 10.000
15.	Matras Aluminium Foil	Rp 8.000
16.	Matras Spon	Rp 5.000
17.	Hydropack	Rp 15.000
18.	Carrier 60L	Rp 20.000

No	Nama Barang	Harga Sewa
19.	Carrier 45L	Rp 15.000
20.	Treckingpole Haoyang	Rp 7.000
21.	Treckingpole Naturehike	Rp 10.000
22.	Sleepingbag	Rp 10.000
23.	Jaket Outdoor	Rp 15.000
24.	Kompor+Panggrill+Gas Portabel+Capit	Rp 40.000
25.	Meja Lipat	Rp 15.000
26.	Kursi Lipat	Rp 10.000



Gambar 2. Katalog Harga Sewa



Sebagai penunjang minat konsumen serta menjaga kepercayaan konsumen, pihak Sewa Tenda Ponorogo memberikan pelayanan ekstra, meliputi; antar jemput alat, pemasangan dan pembongkaran alat dilokasi, dan menentukan Lokasi serta posisi yang dikerjakan langsung oleh pihak Sewa Tenda Ponorogo. Adapun ketentuan dalam transaksi sewa tenda, sebagai berikut:

1. Disarankan memberikan konfirmasi sebelum menyewa, guna memastikan ketersediaan stok, pada waktu yang diminta oleh konsumen atau pelanggan.
2. Memberikan Uang DP minimal 30% dari jumlah harga alat yang disewa.
3. Meninggalkan kartu tanda pengenal, seperti; KTP/KTA/KTM/dll.
4. Harga sewa yang tercantum pada katalog untuk sewa perhari/24 jam.
5. Keterlambatan pengembalian peralatan sewa dikenakan hitungan sewa di hari selanjutnya.
6. Peralatan sewa sepenuhnya tanggung jawab penyewa. Ketika terjadi kehilangan dengan nominal yang telah disepakati di awal.
4. Shighat, adanya akad yang menyatakan sewa menyewa antara kedua belah pihak mu'jir dan musta'jir Sejak awal pihak Sewa Tenda Ponorogo dikenal sebagai jasa sewa, maka secara otomatis Ketika konsumen datang tujuannya adalah sewa. Jikalau tujuannya membeli maka akad yang terjadi juga lain lagi. Jadi akad ijarah sudah pasti otomatis terjadi ketika konsumen mendatangi basecamp atau ruko Sewa Tenda Ponorogo.
5. Dua pihak yang saling bertransaksi yang disebut dengan mu'jir (penyedia jasa sewa), dan musta'jir (penyewa). Keduanya harus berakal dan cakap hukum, jikalau mu'jir merupakan owner atau pemilik dari usaha Sewa Tenda

atau kerusakan peralatanyang disewa, maka kerugian ditanggung penyewa.

Dapat dilihat bahwasanya alur sewa-menyewa oleh Sewa Tenda Ponorogo cukup jelas dan sesuai dengan rukun ijarah, yang meliputi:

1. Objek ijarah jelas yaitu segala peralatan outdoor untuk kebutuhan berpetualang dan juga traveling. Benda-benda tersebut merupakan suatu benda yang bisa dipergunakan secara normal dengan tidak adanya cacat yang mengurangi nilai kebermanfaatannya bisa berupa jasa ataupun barang yang memiliki nilai manfaat bagi pihak lain.
2. Ujrah atau upah, telah sesuai dengan jenis benda yang di sewakan, "tidak terlalu mahal juga tidak terlalu murah", sebagaimana yang telah disampaikan oleh salah satu konsumen atau musta'jir. Pemberian upah sewa merupakan bentuk imbalan atas manfaat dari barang yang disewakan yang dibayarkan keda mu'jir

Ponorogo seorang yang berakal dan berbadan hukum maka seorang musta'jir juga harus demikian. Maka dari itu adanya prasyarat meninggalkan identitas pewenya baik KTP/SIM dan lain lain adalah bertujuan untuk menjalin kepercayaan antara kedua pihak, dan sebagai bukti bahwa musta'jir adalah orang yang berbadan hukum resmi serta berakal.

Menurut uraian diatas dapat dipahami bahwa adapun rukun dan syarat dalam sewa menyewa (ijarah) harus dilaksanakan agar transaksi dapat dianggap sah yang tidak ada unsur kerugian antar pihak penyedia jasa atau barang dan penyewa, hal ini merupakan kelebihan dari prinsip ekonomi syariah dimana adanya unsur keadilan dan keseimbangan (Kurniawan, 2018).



Pelaksanaan akad ijarah dalam usaha Sewa Tenda Ponorogo menunjukkan penerapan prinsip-prinsip syariah yang cukup baik dalam kegiatan sewa-menyewa. Hal ini terlihat dari adanya kesesuaian antara praktik lapangan dengan rukun dan syarat sahnya akad ijarah dalam fikih muamalah. Pemberian pelayanan ekstra seperti layanan antar-jemput, pemasangan, dan pembongkaran alat langsung di lokasi oleh pihak Sewa Tenda Ponorogo menjadi salah satu bentuk komitmen untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan tujuan akad ijarah, yaitu memberikan manfaat kepada penyewa tanpa mengalihkan kepemilikan barang, namun tetap memperhatikan kualitas pelayanan.

Dalam transaksi sewa, telah ditetapkan ketentuan yang jelas, seperti keharusan melakukan konfirmasi ketersediaan alat, pemberian uang muka sebesar 30%, meninggalkan identitas diri, serta ketentuan mengenai tanggung jawab atas barang yang disewa. Hal ini mencerminkan transparansi dalam berakad dan kehati-hatian dalam menjaga aset usaha. Ketentuan tersebut juga sejalan dengan prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam Islam, di mana pihak penyewa (musta'jir) diberikan hak dan kewajiban yang seimbang dengan pihak penyedia jasa (mu'jir).

Ditinjau dari rukun ijarah, implementasi akad di Sewa Tenda Ponorogo telah memenuhi unsur-unsur yang diperlukan. Pertama, objek ijarah atau *ma'qud 'alayh* berupa barang-barang outdoor seperti tenda, meja, kursi, dan perlengkapan lainnya, adalah benda yang memiliki manfaat serta dalam kondisi layak pakai. Kedua, *ujrah* atau upah sewa telah ditentukan secara proporsional dan disepakati oleh kedua belah pihak sebelum transaksi dilakukan, yang menandakan

adanya kerelaan dari kedua pihak dan kesepahaman dalam nilai tukar. Ketiga, terdapat *shighat* atau ijab dan qabul secara lisan maupun tindakan, yang dalam praktiknya dilakukan secara otomatis ketika konsumen datang untuk menyewa. Ini menunjukkan bahwa akad telah terjadi dengan kesepakatan yang dipahami secara sosial dan fungsional. Keempat, kedua belah pihak yang terlibat, yaitu mu'jir dan musta'jir, adalah individu yang cakap hukum dan memiliki kesadaran dalam menjalankan hak dan kewajiban. Keberadaan syarat meninggalkan identitas diri menegaskan upaya membangun kepercayaan dan menjamin kejelasan hukum bagi kedua belah pihak.

Menurut Putri dan Yasa (2022), Kepuasan Konsumen dapat dilihat dari beberapa indikator yang mengacu pada atribut yang berkaitan dengan produk yang dijual atau disewakan, yaitu yang berkaitan dengan layanan serta pembelian atau pembayaran jasa sewa. Berdasarkan Studi yang dilakukan oleh Kusmita dkk (2022) indikatornya ada empat dalam menganalisis kepuasan konsumen (customer satisfaction), diantaranya:

1. Convenience (Kenyamanan); dalam hal ini sesuai Owner Sewa Tenda Ponorogo menyampaikan bahwa "Kenyamanan konsumen itu penting", sehingga Langkah yang diambil adalah ketika barang yang disewakan telah berada di tangan konsumen, sebelum masa sewa berakhir pihak Sewa Tenda Ponorogo tidak akan melakukan konfirmasi terlalu sering, karna akan mengganggu kenyamanan konsumen. Cukup dikonfirmasi Ketika masa berlaku sewa sudah habis, sehingga barang tersebut segera dikembalikan.
2. Merchandising (Produk yang dijual), Ibe'nu (Owner Sewa Tenda, 2025) menyampaikan adanya ketersediaan



produk yang banyak, sehingga dapat menarik konsumen untuk memakai jasa Sewa Tenda Ponorogo dalam memenuhi kebutuhan outdoor, tanpa khawatir peralatan yang dibutuhkan tidak terpenuhi.

3. Site design (Desain situs yang efektif dan murah digunakan), Situs yang digunakan untuk menarik konsumen adalah instagram karena akun sosmed tersebut banyak dipakai oleh berbagai kalangan khususnya para muda-mudi. Sehingga memudahkan untuk menjalin komunikasi dalam hal kebutuhan penyewaan peralatan kegiatan outdoor.
4. Security of Financial Transaction (Kemanan bertransaksi), dalam hal keamanan transaksi sudah terjamin aman dikarenakan dihandle langsung oleh pihak owner. Konsumen dapat melakukan transaksi pembayaran atas produk yang disewa dengan mendatangi basecamp Sewa Tenda Ponorogo, atau dalam melalui pembayaran online dengan menunjukkan bukti transfer. Hal ini disampaikan oleh Ibe'nu (Owner Sewa Tenda, 2025) dengan tujuan keamanan pembayaran fee serta memudahkan proses

pembayarannya ketika penyewa keberadaannya agak jauh dari basecamp maka DP bisa ditransfer terlebih dahulu.

Putri dan Yasa (2022) juga menyampaikan bahwa kepuasan konsumen (customer satisfaction), adalah Tingkat kepuasan setelah membandingkan pelayanan atau produk yang diterima sesuai dengan yang diharapkan. Terdapat dua kemungkinan perasaan yang timbul dari adanya perbandingan kinerja dan harapan, yang pertama perasaan senang apabila produk mampu memenuhi ekspektasi atau kemungkinan kedua yaitu perasaan kecewa apabila produk tidak mampu memenuhi ekspektasi yang ada. (Dominiq dkk,2021)

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwasanya Sewa Tenda Ponorogo dapat memenuhi kepuasan konsumen secara tekstual. Sedangkan secara Konstektual kepuasan konsumen dapat dibuktikan melalui testimoni, yang di posting pada akun Instagram. Konsumen menunjukkan rasa puas dan bahagiannya melalui postingan saat menyewa peralatan di Sewa Tenda Ponorogo. Berikut hasil screanshoot postingan para konsumen:



Gambar 3. Review Konsumen Sewa Tenda

Konsumen dapat dikatakan puas jika dilihat dari pernyataan nya pada hasil tangkap

layar diatas, ada konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan tetap karna sangat



wost it dalam memenuhi kebutuhan outdoor. Maka hal ini sesuai dengan pernyataan Owner Sewa Tenda Ponorogo, bahwasanya kebanyakan konsumen puas atas produk yang disewakan, yang mana alur penyewaan jelas, harga bersahabat dibandingkan tempat penyewaan yang lain. Transparansi atas alur penyewaan serta memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan peralatan pendakian gunung atau perkemahan.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas barang yang disewakan, tetapi juga oleh sistem pelayanan yang profesional, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Ketika konsumen merasa proses penyewaan mudah dipahami, harga sewa terjangkau, serta pelayanan diberikan secara maksimal, maka kepercayaan pun terbentuk secara alami dan berkelanjutan. Kepuasan tersebut bahkan mendorong konsumen untuk kembali menggunakan jasa sewa yang sama di kemudian hari, sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Bahkan Ketika konsumen melakukan kerusakan pada alat yang disewa, pihak sewa tenda juga memudahkan cara untuk mengganti barang yang dirusak entah sengaja atau tidak, Ganti rugi dilakukan sesuai kesepakatan dengan menunjukkan berapa harga sebenarnya barang yang harus diganti kemudian konsumen bisa memberikan biaya pengganti atau melakukan pembelian sendiri, kemudian diberikan kepada pihak sewa tenda. Hal ini sesuai dengan tujuan Trust atau kepercayaan yakni menjadikan konsumen tidak merasa dirugikan, kemudian akan timbul kepercayaan dan merasa telah diuntungkan. Ketika menggunakan jasa sewa untuk memenuhi kebutuhannya di Sewa Tenda Ponorogo.

SIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sistem persewaan yang dilakukan di persewaan kebutuhan outdoor Sewa Tenda Ponorogo masih menggunakan cara konvensional. Pemilik usaha, karyawan dan konsumen Sewa Tenda Ponorogo juga belum mengetahui tentang apa itu Perjanjian Ijarah, akan tetapi dalam pelaksanaan sewa sesuai dengan prinsip dan ketentuan ijarah termasuk mulai dari Aqil atau orang yang menyewakan sewa, sighthat akad atau ijab qabul, ujroh atau biaya sewa dan manfaat ijarah itu sendiri. Keberadaan usaha persewaan Sewa Tenda Ponorogo sangat menguntungkan secara finansial bagi pemilik usaha, kemudian memberikan kemudahan para konsumen untuk memenuhi kebutuhan sewa alat outdoor dengan mudah dan harga yang sesuai pasaran daerah Ponorogo. Konsumen merasa aman dan Nyaman ketika menggunakan jasa Sewa Tenda Ponorogo sehingga seringkali menyewa Kembali dan menjadi pelanggan tetap.

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad Aliy. (1979). *Tarjamah Fathul Mu'in 2*, Kudus: Menara Kudus.
- Bulbul, D. (2013). Determinants of Trust in Banking Networks. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 85(1), 236–248. <http://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.02.022>
- Chen, Y. (2010). The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 307–319. <http://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Guenzi, P., Johnson, M. D., & Castaldo, S. (2009). *A Comprehensive Model of*



- Customer Trust in Two Retail Stores. *Journal of Service Management*, 20(3), 290–316
- Huo, B., Ye, Y., & Zhao, X. (2015). The impacts of trust and contracts on opportunism in the 3PL industry: The moderating role of demand uncertainty. *International Journal of Production Economics*, 170, 160–170. <http://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.09.018>
- Zand, D. E. (1972). Trust and Managerial Problem Solving. *Administrative Science Quarterly*, 17, 229–139
- Knight, J., Holdsworth, D., & Mather, D. (2007). Determinants of Trust in Imported Food Products: Perceptions of European Gatekeepers. *British Food Journal*, 109(10), 792–804. <http://doi.org/10.1108/00070700710821331>
- Kurniawan, P. (2018). Analisis Kontrak Ijarah. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan Dan Pranata Sosial*, 4(2), 201–213.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so Different After All: A CrossDisciplined View of Trust. *Academy O F Management Review*, 23(2), 394– 404.
- Doney & Cannon, 1997
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(1), 20–38.
- Mutafarida, B., & Anam, C. (2020). Prinsip ekonomi syariah, implementasi, hambatan dan solusinya dalam realitas politik Indonesia terkini. *JESK: Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan*, 1, 1–13.
- Pasaribu Hairuman dan Suhwardi K. Lubis. (2004) *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Putri, K. A., & Yasa, N. N. (2022). The Role of Customer Satisfaction as Mediating Variable on the Effect of Brand Image towards Coffee Shop Customer's Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 149-154.
- Sandi Ibe'nu Hadhiqi. (2025) *Wawancara Pemilik Usaha Sewa Tenda*.
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37