

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

Oleh:

Nurul Dwiayu S¹

Muh. Akhyar Al Haris All²

Idham Irwansyah Idrus³

Universitas Negeri Makassar

Alamat: JL. A.P. Pettarani, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan
(90222).

Korespondensi Penulis: nuruldwiayu255@gmail.com, muhakhyar002@gmail.com,
idham.irwansyah@unm.ac.id

***Abstract.** Commodification derives from the word "commodity" (merchandise). Since it is based on market relations, commodities, as mentioned above, are typically produced for exchange rather than for direct use. Commodification is the process of turning something into something else or transforming it into a commodity. The commodification of religion serves business purposes within the media industry, which sees an opportunity in the market by turning religion—originally containing intrinsic values—into something modified for marketing fashion products. Muslim fashion can be interpreted as a symbol of their faith. In terms of aesthetics, Muslim fashion has become a successful business that meets the needs of Muslim women. Muslim clothing is not created merely for practical purposes but rather for aesthetics (beauty). One of the fastest-growing Muslim fashion industries in the digital era is Wearing Klamby. This study aims to examine the phenomenon of the commodification of Islam in Indonesia through Islamic fashion as the use of religious symbols. This research employs a qualitative method. Based on the findings, religion and religious symbols today not only serve as spiritual guidelines but also as economic strategies in the modern business world. In the context of the Muslim*

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

fashion industry, branding based on Islamic values not only attracts consumers who wish to practice their religion but also builds loyalty and trust in the products.

Keywords: *Religious Commodification, Islamic Fashion, Muslim Clothing, and Religious Symbols.*

Abstrak. *Komodifikasi berasal dari kata "komoditi" (barang dagangan). Karena didasarkan pada hubungan pasar, komoditas seperti yang disebutkan di atas biasanya dibuat untuk pertukaran dari pengguna. Komodifikasi (komodifikasi) adalah proses membuat sesuatu menjadi sesuatu yang lain atau mengubah sesuatu menjadi komoditas. Komodifikasi agama berguna untuk keperluan bisnis dalam industri media yang mempunyai peluang pada pasar menjadikan agama yang mengandung nilai beralih fungsi dan mengalami modifikasi untuk memasarkan produk fashion. Busana muslim dapat diartikan sebagai simbol keimanan mereka. Terkait estetika, busana muslim telah menjadikan busana muslim sebagai bisnis yang sukses dan memenuhi kebutuhan setiap muslimah. Busana muslim tidak dibuat untuk tujuan praktis, melainkan untuk estetika (keindahan). Salah satu industri busana muslim yang berkembang pesat di era digital adalah Wearing Klamby. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengkaji fenomena komodifikasi Islam di Indoensia dalam fashion islami sebagai penggunaan simbol keagamaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, agama dan simbol-simbol keagamaan kini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman spiritual, tetapi juga sebagai strategi ekonomi dalam dunia bisnis modern. Dalam konteks industri fesyen muslim, branding yang berbasis nilai-nilai Islam tidak hanya menarik konsumen yang ingin menjalankan ajaran agama, tetapi juga membangun loyalitas dan kepercayaan terhadap produk.*

Kata Kunci: *Komodifikasi Agama, Fashion Islami, Busana Muslim dan Simbol Keagamaan.*

LATAR BELAKANG

Komodifikasi merupakan tahap merubah nilai yang berguna menjadi nilai tukar. Komodifikasi memiliki tujuan yaitu untuk dijual, dilelang atau bahkan pemasaran. Selain itu, komodifikasi adalah tahap merubah barang yang tidak memerlukan kelas komersial menjadi barang yang berguna untuk dijual. Dapat dipahami, ada situasi yang mana barang

yang tidak mempunyai nilai ekonomi, namun mempunyai harga jual yang mahal, atau menjadi suatu barang dagangan. Secara umum, komodifikasi memiliki perkembangan yang diakui oleh para ilmuwan sosial. Komodifikasi berasal dari kata "komoditi" (danggangan barang). Karena didasarkan pada hubungan pasar, komoditas seperti yang disebutkan di atas biasanya dibuat untuk pertukaran dari pengguna. Komodifikasi (komodifikasi) adalah proses membuat sesuatu menjadi sesuatu yang lain atau mengubah sesuatu menjadi komoditas (Kholida et al., 2022).

Fashion merupakan pakaian atau busana. Contoh fashion islami sendiri adalah busana muslimah. Busana muslimah merupakan pakaian tidak ketat yang menutupi tubuh. Ketika penjelasan tentang pakaian merupakan sesuatu yang bersifat individu. Artikel ini tidak hanya membahas tentang fashion saja tetapi pentingnya pakaian muslim dalam aktivitas sosial. Dengan kata lain, busana Islam dapat digambarkan sebagai simbol agama. Menurut penelitian ini, bisnis Muslim berfungsi sebagai simbol kepatuhan terhadap hukum Allah SWT dan merek dagang wanita. Karena itu, bisnis Muslim juga menjalankan fungsi baru, seperti mempromosikan aurat, perhiasan, kesehatan, kenyamanan, dan keamanan. Alangkah baiknya jika perancang memasukkan beberapa ide inovatif untuk busana Muslim sebagai cara untuk mendukung keterampilan dalam mendesain busana dan perhiasan Muslim secara kreatif (Maulina et al., 2023).

Sesuai dengan penjelasan di atas, ketika suatu jaman semakin maju maka manusia juga akan semakin maju, maka menjadi lebihpun menjadi semakin maju, terutama dalam aspek-aspek yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari yang dianggap sebagai salah satu wujud utama ekspresi diri terutama jika menyangkut isu - isu dalam sehari - hari yang dianggap sebagai kehidupan satu bentuk utama ekspresi diri. Tren Fashion merupakan suatu masalah yang mempengaruhi umat Islam. Tren Fashion dalam beberapa tahun terakhir selama bertahun-tahun, fashion menjadi aspek terkenal di banyak media. Banyak remaja muslim yang mengikuti tren fashion sebagai salah satu cara untuk mengungkapkan diri dan status sosialnya sebagai salah satu cara untuk mengungkapkan diri dan status sosial. Fashion ini pada dasarnya adalah salah satu bentuk Islam baru yang muncul di era modern. Dengan demikian, yang mereka lakukan hanyalah sekedar ikut berpartisipasi dalam budaya populer secara berpenampilan (Kholida et al., 2022).

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

KAJIAN TEORITIS

Komodifikasi Simbol Agama

Komodifikasi merupakan tahap merubah nilai yang berguna menjadi nilai tukar. Komodifikasi memiliki tujuan yaitu untuk dijual, dilelang atau bahkan pemasaran. Selain itu, komodifikasi adalah tahap merubah barang yang tidak memerlukan kelas komersial menjadi barang yang berguna untuk dijual. Dapat dipahami, ada situasi yang mana barang yang tidak mempunyai nilai ekonomi, namun mempunyai harga jual yang mahal, atau menjadi suatu barang dagangan. Proses konversi barang-barang yang beraliran agama menjadi komoditas yang dapat dijual juga dapat diamati, sehingga terjadi transaksi pasar. Hal ini karena kepercayaan masyarakat kepada Tuhan sedang dirusak, yang menyebabkan penurunan jumlah jamaah di tempat ibadah dari waktu ke waktu (Amalia, 2022).

Banyak hal yang awalnya bukan komodifikasi dapat dimodifikasi, seperti komodifikasi keagamaan. Pada awalnya, komodifikasi hanya membahas topik-topik seperti tanah, urusan kesehatan, senian, dan perburuhan. Pada saat yang sama, masyarakat umum juga mengidentifikasi agama dan simbol-simbol keagamaan, seperti yang terlihat dalam Islam. Masyarakat umum juga membakukan agama dan simbol-simbol keagamaan dengan cara yang sama seperti yang terjadi dalam Islam. Agama yang dimodifikasi tidak serta merta menjadi cara hidup; melainkan, ia merupakan alat atau simbol dalam kehidupan sehari-hari. (Amalia, 2022).

Fashion Busana Muslim

Pemilihan fashion oleh individu bukan hanya soal estetika, tetapi juga cara seseorang menyampaikan identitas, nilai, atau pesan tertentu kepada orang lain. Pendapat Malcolm Barnard dalam Fashion sebagai komunikasi memperkuat ide ini dengan menegaskan bahwa pakaian bisa menyampaikan makna tanpa perlu kata-kata. Dengan kata lain, apa yang seseorang kenakan bisa mencerminkan kepribadian, status sosial, budaya, atau bahkan sikap terhadap suatu isu tertentu. Fashion busana muslim adalah gaya berpakaian yang sesuai dengan prinsip dan aturan dalam Islam, dengan tetap mengikuti tren dan estetika yang berkembang (Munaviah, 2022).

Busana muslim umumnya mencerminkan kesopanan dengan potongan yang longgar, tidak ketat, dan menutup aurat sesuai syariat. Agar menjaga busana muslim di

Indonesia untuk mempertahankan tren mode sederhana, suatu produk harus memiliki merek busana yang kuat mampu membaaur dengan produk lain, atau memiliki positioning di pasar sasarannya. Di Indonesia, suatu produk harus memiliki eksistensi fisik yang kuat agar dapat bersaing dengan produk lain atau memiliki posisi yang relatif terhadap target pasarnya. Saat ini, busana muslim semakin digemari dengan estetika yang canggih dan bergaya tanpa mengabaikan nilai-nilai moral. Banyak perancang busana dan merek melengkapi koleksi busana muslim dengan berbagai bahan, motif, dan peringatan yang menarik perhatian (Santoso et al., 2015).

Perkembangan fashion busana muslim semakin dinamis dengan banyaknya desainer yang menggabungkan unsur tradisional dan modern dalam setiap koleksi mereka. Tren terbaru sering kali mencerminkan perpaduan antara kesederhanaan, elegansi, dan fungsionalitas. Perpaduan antara unsur tradisional dan modern dalam fashion busana muslim menciptakan gaya yang elegan namun tetap praktis untuk berbagai kesempatan (Santoso et al., 2015). Desainer kini semakin kreatif dalam menghadirkan inovasi, baik dalam pemilihan bahan, potongan, maupun detail busana. Tren fashion busana muslimah kini lebih beragam dengan pilihan warna pastel, monokrom, earthy tone, serta aksen bordir atau pleats untuk tampilan lebih anggun. Selain itu, banyak brand lokal dan internasional yang menghadirkan koleksi modest fashion yang tetap fashionable dan syar'i.

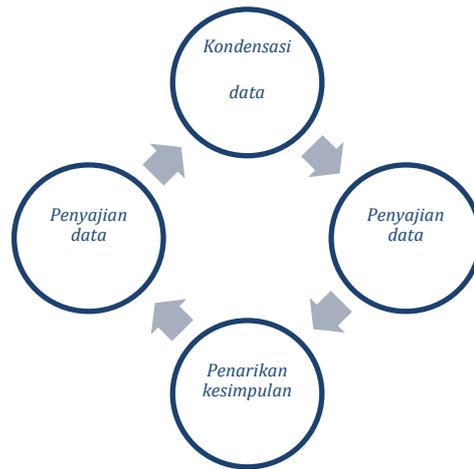
Tren fashion busana muslimah terus berkembang dengan berbagai inovasi yang menggabungkan kesopanan dan gaya modern. Kini, pilihan warna, motif, dan desain semakin beragam, sehingga muslimah bisa tampil elegan dalam berbagai kesempatan. Dengan banyaknya brand lokal dan internasional yang fokus pada modest fashion, kini muslimah memiliki lebih banyak pilihan untuk tampil syar'i sekaligus fashionable. Banyak koleksi busana muslimah yang nyaman dikenakan sehari-hari maupun untuk acara formal (Caesareka et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan menggunakan dengan cara mengkaji berbagai karya sastra baik buku, jurnal, pemeriksaan, website, maupun hasil penelitian yang terkait dengan komodifikasi keagamaan terkait fashion busana muslim sebagai symbol keagamaan dari desain pakaian. Jenis penelitian ini

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

menunjukkan bahwa hasil fakta empiris yang kemudian diubah menjadi data akan dijelaskan secara jelas dan ringkas. Dilakukan dengan membaca, memahami, dan menganalisis bahan-bahan terkait topik penelitian. Ini menunjukkan bahwa penelitian menggunakan studi pustaka atau analisis dokumen sebagai teknik pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 1. Teknik Analisis Data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Islam merupakan agama mayoritas di Indonesia, tidak dapat terhindar dari proses komodifikasi. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai perusahaan berlabel syariah dan produk-produk halal. Selain itu, kita juga menyaksikan maraknya produk yang memanfaatkan simbol-simbol agama, seperti jilbab, masjid, dan bulan Ramadhan. Komodifikasi nilai-nilai Islam oleh kalangan kapitalis ini bertujuan untuk mengeksploitasi pasar di negara dengan populasi Muslim yang besar, sehingga berpotensi untuk meraih penjualan yang sangat tinggi. Kapitalisme adalah sistem yang menghasilkan barang dan jasa, dan tentu saja, hasil dari kapitalisme adalah praktik kapitalisme. Menariknya, dalam kapitalisme, sebuah komoditas justru bisa menjadi lebih berharga ketika terjadi devaluasi dalam aspek-aspek tertentu. Misalnya, produk yang awalnya eksklusif bisa menjadi lebih populer ketika diproduksi secara massal, menciptakan permintaan yang lebih besar. Di sisi lain, tren fashion muslim juga mengalami siklus konsumsi yang khas, di mana inovasi desain, branding, dan pemasaran berperan besar dalam menciptakan nilai tambah (Maulida & Witro, 2022).

Di era kapitalis modern saat ini, hukum syariah sering kali diadaptasi dan disesuaikan dengan nilai-nilai kapitalisme untuk memenuhi kebutuhan pasar Muslim. Di Indonesia, misalnya, muncul lembaga keuangan syariah dalam sektor perbankan. Selain itu, dalam industri dan bisnis, kita juga melihat kemunculan berbagai produk dan layanan yang memiliki label halal dan syariah. Produk-produk ini tidak hanya dikhususkan untuk Masyarakat umum, tetapi juga menasar kalangan tertentu, seperti produk-produk khusus untuk wanita berhijab, seperti sampo hijab, parfum hijab, dan lain-lain. Untuk meningkatkan daya saing dan menarik perhatian pasar Islam, pelaku bisnis memanfaatkan komodifikasi agama sebagai strategi untuk mendukung produktivitas mereka (Caesareka et al., 2020).

Simbol keagamaan yang melekat pada muslimah juga tidak terlepas dari pengaruh komodifikasi. Salah satu contoh nyata dari komodifikasi simbol keagamaan adalah jilbab, yang tidak hanya berfungsi sebagai panduan agama, tetapi juga telah berkembang menjadi sebuah komoditas baru. Jilbab kini menjadi salah satu tren fashion bagi perempuan muslim di Indonesia. Tentu saja, para kapitalis memanfaatkan kesempatan ini untuk mendapatkan keuntungan di pasar Islam. Fenomena ini melahirkan tren jilbab dengan beragam model, gaya, dan bahan yang menarik, yang mendorong banyak wanita muslimah untuk menjadikannya sebagai pilihan busana sehari-hari. Akibatnya, beragam model jilbab diketahui mulai dari pasar tradisional hingga pusat perbelanjaan. Tak jarang, kita melihat kelompok muslimah tampil dengan busana branded yang sangat fashionable sambil tetap mengenakan jilbab (Syaepu & Sauki, 2021).

Tabel 1. Mekanisme Kesalehan dan Komodifikasi Kegamaan

| Konsep awal | Pengembangan konsep | Piety atau Kesalehan |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kebiasaan/ Ritual | Melihat dasar dari penggunaan pakaian muslimah | Olah tabah dalam praktik berbaju muslimah. |
| Pengalaman dan keterkaitan emosial | Bagaimana individu memahami penggunaan dari pakaian musliman | Tubuh dan pikiran serta emosi yang terkait dengan bagaimana tubuh dipahami. |
| Narasi pemaknaan /mitos | Pemahaman tentang pakaian muslimah sebagai teks yang hidup di masyarakat | Kalimat pendukung maupun berbentuk testimoni yang memperlihatkan emosi dan cara pandang. |
| Doktrin/ Dasar Filsafat | Ayat atau pemahaman menutup aurat | Penterjemahan pemahaman dalam wacana normatif dari ayat |
| Etika/ Pemahaman Hukum | Perda atau aturan yang berhubungan dengan menggunakan atau tidak menggunakan. Adanya aturan tidak tertulis | Kebiasaan atau aturan yang menggambarkan habitus. |
| Fenomena Sosial/ Institutional | Sekolah, majlis taklim. Perhatian khusus terhadap mereka yang berbaju muslim seperti mendapatkah bantuan | Praktik sosial yang menggambarkan habitus. |
| Dimensi Material | Tersedianya baju muslimah/ muslim, adanya dukungan dari organisasi, pasar yang kondusif, iklan, kelengkapan pakaian muslimah | Praktik sosial |

Diadopsi dari Barker dan Sjørup dan Christensen (penulis).

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

Fashion modest, yang mengacu pada tren busana sopan dan tertutup, memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Gaya ini tidak hanya dapat digunakan oleh muslim, tetapi juga oleh siapa saja yang menginginkan busana yang sesuai dengan nilai-nilai agama atau budaya tertentu. Ada pergeseran yang menarik, di mana fashion yang awalnya hanya dipandang sebagai gaya kini telah bertransformasi menjadi gaya hidup.

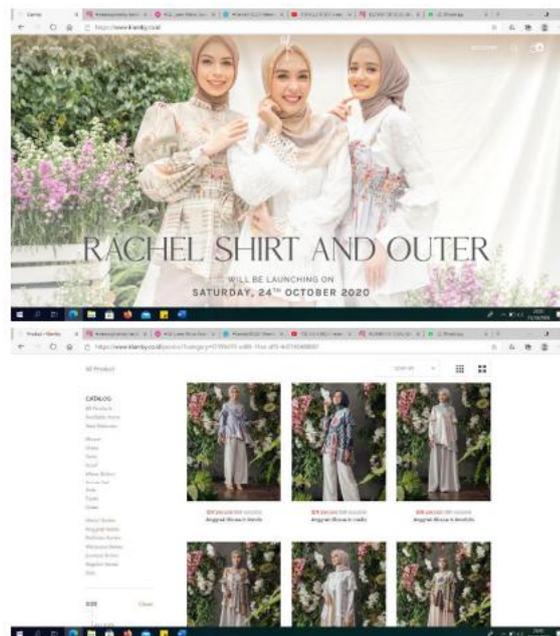
Gaya hidup mencerminkan individualisme, ekspresi diri, serta kesadaran akan penampilan. Tren merek fesyen Muslimah yang sedang populer sebagai bagian dari industri budaya berupaya untuk menanamkan ideologi yang mendorong para Muslimah untuk tampil sesuai dengan syariat sekaligus tetap modern. Dengan demikian, ideologi ini dapat mempengaruhi cara berbusana sehari-hari para Muslimah. Pemilihan model fesyen menjadi hal yang sangat penting, karena pilihan tersebut akan mencerminkan citra yang ingin mereka tampilkan dalam kehidupan sehari-hari (Syafuddin & Mahfiroh, 2020).

Busana muslim telah berkembang menjadi industri yang sangat dinamis dan inovatif. Tidak hanya terbatas pada pakaian tradisional seperti gamis, baju koko, atau hijab syar'i, tetapi kini telah bertransformasi menjadi mode yang lebih modern dan stylish, mengikuti tren global tanpa meninggalkan nilai-nilai syariat Islam. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya berpakaian sesuai ajaran agama, industri fashion muslim di Indonesia terus berkembang dengan berbagai desain yang lebih fleksibel namun tetap syar'i. Banyak desainer lokal hingga internasional yang mulai menjadikan busana muslim sebagai bagian dari koleksi mereka, menciptakan tren baru yang lebih inklusif dan universal (Maulina et al., 2023).

Contoh pertama model busana muslim yang diterima secara luas adalah kaos panjang, blus lengan panjang, rok panjang, gamis baju, koko baju, dan kerudung segi empat. Selain itu, sebagian besar peringatan yang digunakan adalah peringatan alami, seperti hitam, abu-abu, dan lain-lain, meskipun sebenarnya ada banyak jenis peringatan yang tersedia. Selain peringatan, model dan gaya yang ditawarkan sederhana dan tidak meyakinkan konsumen untuk membeli. Kondisi yang disebutkan di atas telah terpenuhi selama beberapa tahun. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum, bisnis yang melayani semua kelompok umur dari ujung kepala hingga kaki dapat menggunakan aspek khusus ini sebagai peluang bisnis (Fitri et al., 2021).

Variasi desain dari model yang diberikan dari busana muslim diketahui merupakan bentuk penting untuk menentukan fashion yang dianggap cocok dan disesuaikan dengan hidup sehari-hari. Dari variasi desain tersebut, mereka bisa mencocokkan busana muslim berbeda dengan yang lain. Tetapi, bagi sebagian orang lainnya, pemakaian fashion Muslimah tidak hanya sebagai tren atau gaya hidup tetapi sebagai symbol keagamaan. Salah satu brand Muslimah yang terkenal adalah wearing klamby (Fitri et al., 2021).

Wearing Klamby adalah bentuk dari busana muslim di Indonesia yang secara konsisten mencerminkan budaya Indonesia melalui koleksinya. Merek pakaian di Indonesia yang secara konsisten mencerminkan budaya Indonesia melalui koleksinya. Merek yang wearing Klamby dengan Jargon Saya mengenakan Klamby karena itu bisa menarik banyak pelanggan karena namanya yang unik, dan harga di dalam kompetitif. Terkait hal tersebut, penulis tertarik untuk mendalami lebih jauh komodifikasi agama dari desain Wearing Klamby dalam membangun reputasi bisnis muslim di Indonesia (Manafi, 2024).



Gambar 1. Desain Wearing Klamby

Wearing Klamby adalah merek busana muslim yang menggabungkan desain elegan dengan sentuhan budaya Indonesia. Meskipun tidak secara eksplisit menggunakan simbol agama dalam desainnya, merek ini menekankan konsep busana sederhana yang

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

sesuai dengan prinsip berpakaian dalam Islam. Koleksi mereka sering menampilkan motif dan elemen yang terinspirasi dari kekayaan budaya Indonesia, seperti penggunaan Tenun Garut dan bunga nasional seperti melati, anggrek, dan Rafflesia Arnoldii. Dengan pendekatan ini, Wearing Klamby berhasil menciptakan busana yang tidak hanya memenuhi standar kesopanan dalam Islam tetapi juga mempromosikan warisan budaya Indonesia (Fitri et al., 2021).

Komodifikasi agama dalam dunia fashion, termasuk pada brand seperti Wearing Klamby, merupakan fenomena di mana nilai-nilai agama digunakan sebagai strategi pemasaran dan identitas merek. Brand seperti Wearing Klamby sering mengusung konsep modest fashion yang sesuai dengan prinsip berpakaian dalam Islam, dan ini menjadi daya tarik bagi segmen pasar Muslim yang ingin tampil modis namun tetap syar'i. Dalam proses pengembangan usaha muslim, alasan utama yang dikemukakan oleh para pemilik usaha adalah agar usaha tersebut dapat digunakan untuk aktualisasi diri. Hal ini dapat dipahami sejak awal karena sejak awal sudah terlihat bahwa para pemilik usaha telah membuat kerudung untuk aktualisasi diri mereka sendiri. Kemudian dibuat untuk orang-orang di sekitar dan semakin banyak pula untuk orang-orang pada umumnya (Amalia, 2022).

Komodifikasi yang dilakukan oleh wearing klamby merupakan salah satu jenis penempelan kata yang mempunyai landasan Islam yang kuat sehingga mempengaruhi kegiatan hijrah. Ketika mereka menempelkan kata tersebut kemudian barang yang menjadi komoditinya, mereka melanjutkan untuk mengirimkannya ke akunnya untuk membentuk identitas tertentu. Identitas yang disampaikan melalui pakaian ini hanya berkaitan dengan kegiatan hijrah saja. Oleh karena itu, dalam hijrah ini, yang memiliki perpindahan dari aspek buruk yang disukai dalam pandangan Islam, mereka mengubahnya menjadi harga jual untuk mendapatkan keuntungan (Kholida et al., 2022).

Disamping itu, peneliti mencatat toko tersebut tidak hanya melakukan komodifikasi dan mendapatkan keuntungan harga melalui nilai keislaman. Namun, mereka juga tetap menjalankan bisnisnya dengan cara yang berpegang pada prinsip-prinsip Islam melalui postingan mereka. Hal ini dapat dilihat dari teks yang diungkapkan dalam gambar tersebut dan disertai dengan keterangan yang memuat hadis-hadis. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dengan menganalisis tahap komodifikasi dari nilai keislaman lebih substansial.

Kemudian disebutkan pula maksud syar'i, yaitu untuk menerangkan dan menjelaskan prinsip Islam bahwa umat Islam pada umumnya diharapkan untuk menjaga aurat. Segala sesuatu yang berkaitan dengan usaha informal muslim menggunakan model usaha syar'i. Meskipun demikian, ada tujuan khusus, yaitu untuk distributor, yang harus dicapai setiap bulannya minimal satu miliar rupiah. Ketika setiap kegiatan produksi dilakukan tepat waktu, para produsen sudah mengantisipasi hasil yang lebih mencerminkan apa yang telah dihasilkan.

Sistem penjualan perusahaan dimulai dengan menimbang produk di toko dan mengirimkan barang ke setiap stan, jika ada yang mampu mendukung produk yang tersedia saat ini. Pada saat yang sama, sistem ini memperjelas bahwa hasil transaksi memberikan beberapa wawasan bagi pemilik toko. Dari awal sistem hingga pencetakan iklan tabloid dan, akhirnya, penggunaan distributor, di mana modal awal yang dibutuhkan oleh distributor adalah tiga ratus ribu rupiah untuk penjualan awal, yang darinya tiga ratus ribu rupiah dapat digunakan untuk membeli produk busana Muslim atau bahkan non-Muslim. Di sisi lain, distributor harus bertujuan untuk mencapai jumlah rupiah yang diinginkan setiap bulan.

Dalam sebuah produk, pemilik tidak mengelola proses produksi secara mandiri, melainkan menangani beberapa pihak yang terlibat. Tentu saja terkandung dalam struktur yang ada. Struktur terpenting dalam struktur ini adalah pemilik. Kemudian, di bawahnya, ada dua orang pengurus: produsen dan administrator. Produsen bertanggung jawab atas proses produksi dan aktivitas toko, dan administrator bertanggung jawab untuk mengawasi semua data dan menjaga hubungan dekat dengan distributor. Selain itu, administrator bertanggung jawab atas proses pengendalian kualitas hingga ke titik kegagalan (Maulida & Witro, 2022).

Beberapa aspek komodifikasi agama yang dapat terlihat dalam strategi mereka meliputi (Fitri et al., 2021):

1. Penggunaan Nilai Religius sebagai Identitas Merek

Wearing Klamby sering mempromosikan busana yang tidak hanya modis tetapi juga sesuai dengan norma berpakaian Muslimah. Hal ini membuat mereka lebih dari sekadar brand fashion mereka menjadi bagian dari identitas religius konsumennya.

2. Pemasaran dengan Narasi Religius

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

Merek ini kemungkinan menggunakan kata-kata atau simbol yang berkaitan dengan Islam dalam kampanye mereka, seperti “syar’i,” “modest,” atau bahkan referensi nilai-nilai spiritual dalam pemasaran untuk memperkuat kesan bahwa produk mereka lebih dari sekadar pakaian.

3. Kampanye dengan Influencer Muslimah

Banyak brand modest fashion, termasuk Wearing Klamby, bekerja sama dengan influencer Muslimah atau hijaber yang memiliki audiens dengan latar belakang religius. Hal ini membuat produk lebih mudah diterima sebagai bagian dari gaya hidup Islami.

4. Momen Religius sebagai Strategi Pemasaran

Biasanya, brand seperti ini memanfaatkan momen keagamaan seperti Ramadan atau Idul Fitri untuk merilis koleksi khusus yang disertai dengan kampanye pemasaran bernuansa Islami. Dari perspektif ekonomi, komodifikasi agama bisa menjadi strategi bisnis yang menguntungkan karena menasar pasar yang loyal dan berkembang. Namun, di sisi lain, ada kritik bahwa penggunaan agama dalam bisnis bisa berujung pada eksploitasi nilai-nilai spiritual demi keuntungan komersial.

KESIMPULAN

Komodifikasi merupakan tahap merubah nilai yang berguna menjadi nilai tukar. Komodifikasi memiliki tujuan yaitu untuk dijual, dilelang atau bahkan pemasaran. Selain itu, komodifikasi adalah tahap merubah barang yang tidak memerlukan kelas komersial menjadi barang yang berguna untuk dijual. Komodifikasi agama yang berguna untuk keperluan bisnis dalam industri media yang mempunyai peluang pada pasar menjadikan agama yang mengandung nilai beralih fungsi dan mengalami modifikasi untuk memasarkan produk fashion. Komodifikasi yang dilakukan oleh wearing klamby merupakan salah satu jenis penempelan kata yang mempunyai landasan Islam yang kuat sehingga mempengaruhi kegiatan hijrah. Ketika mereka menempelkan kata tersebut kemudian barang yang menjadi komoditinya, mereka melanjutkan untuk mengirimkannya ke akunnya untuk membentuk identitas tertentu.

Komodifikasi agama dalam dunia fashion, termasuk pada brand seperti Wearing Klamby, merupakan fenomena di mana nilai-nilai agama digunakan sebagai strategi pemasaran dan identitas merek. Brand seperti Wearing Klamby sering mengusung konsep

modest fashion yang sesuai dengan prinsip berpakaian dalam Islam. Kemudian dibuat untuk orang-orang di sekitar dan semakin banyak pula untuk orang-orang pada umumnya.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, Irvan. (2022). Komodifikasi Nilai Islam Sebagai Alat Promosi Busana Muslim Di Instagram (Analisis Tafsir Kontekstual). *Living Islam: Journal of Islamic Discourses*. Vol. 5, No. 2 (November 2022), hlm. 321-344, doi: 10.14421/lijid.v5i2.3806
- Caesareka, Y. W., Nugroho, C., & Sos, S. (2020). *The Commodification of Religion in Fashion (Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis on "Keepers of The Deen" Clothing) Komodifikasi Agama pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Desain Kaus 'Keepers of the Deen')* (Vol. 8).
- Fitri, A. N., Fabriar, S. R., & Hilmi, M. (2021). Branding fashion muslim (studi analisis brand wearing klamby). *Islamic Communication Journal*, 6(1), 31–48. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.1.7872>
- Kholida, M., Rodiah, D. I., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2022). *Komodifikasi Agama: Sebuah Strategi Pemasaran*. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Manafi, Zhilal. (2024). Komodifikasi Konten Agama Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Pada Akun Instagram Shaqueena.Pro). Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
- Maulida, L., & Witro, D. (2022). Komodifikasi Simbol-Simbol Agama Di Kalangan Kelas Menengah Muslim Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 137(2), 2808–7089. <https://doi.org/10.21274>
- Maulina, P., Triantoro, D. A., & Fitri, A. (2023). Identitas, Fesyen Islam Populer, dan Syariat Islam: Negosiasi dan Kontestasi Muslimah Aceh. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 18(2), 62–76. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.9419>
- Munaviah, Siti. (2022). Representasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim Karya Desainer Dian Pelangi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Santoso, W. M., Kemasyarakatan, P., & Kebudayaan, D. (2015). Komodifikasi Mode Muslimah Melalui Media Sosial 1 Commodification Of Moslema Style Through Social Media. In *Jurnal Masyarakat & Budaya* (Vol. 17, Issue 3).

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FASHION ISLAMI: STUDI ATAS PENGGUNAAN SIMBOL KEAGAMAAN DALAM DESAIN PAKAIAN

- Syaepu, I.L., & Sauki, M. (2021). Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Diera Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Komunikatif* 2(2):148. DOI: 10.47453/komunikatif.v2i2.581
- Syafuddin, Khairul., & Mahfiroh, Ni'amatul. (2020). Komodifikasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim Di Instagram. *Profetika, Jurnal Studi Islam*, Vol.21, No. 1. 8-16