

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran Zidis *Second Shoes* Jombang dalam perspektif pemasaran syariah dijalankan melalui penerapan bauran pemasaran 4P (product, price, place, dan promotion) yang berlandaskan nilai kejujuran, keadilan, dan amanah. Pada aspek produk, Zidis *Second Shoes* melakukan seleksi sepatu second berdasarkan kondisi dan merek, serta menyampaikan informasi produk secara transparan untuk menghindari unsur gharar dan penipuan. Penetapan harga dilakukan secara adil dan proporsional sesuai kualitas barang, sehingga tidak memberatkan konsumen dan mencerminkan prinsip keadilan dalam Islam. Distribusi produk dilakukan melalui saluran offline dan online yang mudah diakses dan aman, sementara promosi dilakukan secara jujur tanpa klaim berlebihan dengan menampilkan kondisi produk apa adanya. Secara keseluruhan, strategi pemasaran yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada keuntungan usaha, tetapi juga memperhatikan etika dan nilai-nilai syariah dalam setiap proses pemasaran.
2. Strategi pemasaran Zidis *Second Shoes* Jombang dalam perspektif *Maqāṣid Syariah* telah mencerminkan tujuan syariat Islam dalam menjaga kemaslahatan konsumen, khususnya pada aspek *Hifz al-Māl* dan *Hifz an-Nafs*. Penerapan *Hifz al-Māl* terlihat dari upaya melindungi harta konsumen melalui transparansi informasi produk, penetapan harga yang wajar, serta adanya kebijakan retur dan pengembalian dana apabila terjadi ketidaksesuaian barang. Sementara itu, *Hifz an-Nafs* diwujudkan melalui pelayanan yang ramah, komunikasi yang tidak memaksa, serta penggunaan platform transaksi yang aman sehingga menciptakan rasa nyaman dan ketenangan bagi konsumen. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Zidis *Second Shoes* tidak hanya

memenuhi tujuan ekonomi, tetapi juga sejalan dengan Maqāṣid Syariah dalam menjaga harta dan jiwa konsumen.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dikaji beserta kesimpulan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya. Dengan ini perlukan adanya masukan-masukan untuk peneliti, pemilik usaha dan pemerintah, supaya bisa untuk perbaikan kedepannya yaitu:

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Pertama, penelitian ke depan sebaiknya memperluas wilayah studi dan jumlah partisipan agar diperoleh gambaran yang lebih beragam tentang karakteristik, tantangan, dan strategi usaha reparasi sepatu di berbagai daerah. Kedua, aspek digitalisasi UMKM menjadi penting untuk dikaji lebih dalam, khususnya bagaimana pelaku usaha mikro memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen dan mengelola operasional usaha. Ketiga, disarankan agar penelitian selanjutnya mengembangkan instrumen atau indikator yang lebih terstruktur untuk menilai kontribusi usaha kecil terhadap nilai-nilai *Maqashid Syariah*, sehingga dapat diukur secara kuantitatif maupun kualitatif dalam konteks pemberdayaan ekonomi berbasis *syariah*.

2. Untuk Pihak Pelaku usaha

Pertama, pelaku usaha disarankan untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana, baik secara manual maupun digital, agar pemasukan dan pengeluaran dapat dipantau dengan lebih rapi. Langkah ini penting untuk menjaga arus kas tetap sehat dan mendukung keberlanjutan usaha jangka panjang. Kedua, pelaku usaha perlu terus meningkatkan kompetensi, tidak hanya dalam keterampilan teknis reparasi sepatu, tetapi juga dalam pemasaran digital. Mengoptimalkan penggunaan media sosial dan *platform e-commerce* akan membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Ketiga, pelaku usaha diharapkan dapat melibatkan anggota keluarga, terutama anak-anak, dalam kegiatan usaha secara bertahap. Hal ini tidak

hanya menjadi bentuk regenerasi usaha, tetapi juga sarana menanamkan nilai kerja keras, kejujuran, dan kemandirian sejak dini dalam lingkungan keluarga.

3. Untuk Pemerintah

Pertama, pemerintah daerah diharapkan lebih aktif dalam memfasilitasi pelatihan teknis dan manajemen usaha bagi pelaku UMKM, khususnya usaha reparasi sepatu. Pelatihan ini penting untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi kerja, dan profesionalisme pelaku usaha. Kedua, perlu ada kemudahan akses terhadap perizinan usaha dan legalitas formal, termasuk sertifikasi atau pengakuan terhadap produk reparasi. Langkah ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pelaku usaha untuk bekerja sama dengan platform digital atau distributor resmi. Ketiga, pemerintah juga disarankan untuk mendukung terbentuknya ekosistem usaha berbasis komunitas, seperti koperasi atau paguyuban resmi. Hal ini dapat memperkuat kerja sama antar pelaku usaha, memudahkan distribusi, serta menciptakan perlindungan ekonomi kolektif dalam skala mikro.