ABSTRAK

Ledy Kristina Situmorang, NIM. 3203122036, Strategi Adaptasi Ekonomi Alternatif Dalam Menghadapi Pasar Era Digital: Studi Kasus UMKM Fashion Di Pasar Raya MMTC, Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan apa saja yang menjadi tantangan yang dihadapi oleh para pedagang sebagai pelaku UMKM pada bagian *fashion* di Pasar Raya MMTC, mengidentifikasi strategi adaptasi yang dilakukan oleh para pedagang sebagai pelaku UMKM di Pasar Raya MMTC di era pasar digital. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Raya MMTC, Deli Serdang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan observasi, wawancara langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah para pedagang yang merasakan tantangan yang cukup besar yang ditandai dengan penurunan pelanggan yang jauh berkurang semenjak terjadinya Covid-19 sampai saat ini. Akibatnya pun berdampak pada persaingan antar toko yang beberapa pedagang merasa kurang nyaman karena adanya persaingan harga yang semakin ketat. Selain itu, karena pada pedagang di pasar ini berjualan secara *offline*, maka pedagang kurang memiliki modal yang cukup besar untuk mengimbangi ketersediaan modal secara cepat seperti yang ada pada platform belanja online. Namun disamping tantangan yang ada, para pedagang juga memiliki strategi adaptasi yang mampu menjadi suatu alternatif para pedagang dalam mempertahankan perekonomiannya. Hal ini dilihat dari beberapa pedagang yang turut menggunakan teknologi dalam bisnis UMKM nya untuk mampu beradaptasi dengan kehadiran pasar digital saat ini seperti dengan menggunakan aplikasi WhatsApp untuk mempromosikan barang, bergabung dalam platform digital *Shopee*. Selain itu strategi adaptasi yang dilakukan adalah dengan pemberian promo pada pelanggan yang berbelanja melalui pemberian *card*, dan pengurangan harga produk *fashion*.

Kata Kunci: Tantangan, Strategi Adaptasi, Pelaku UMKM, Pedagang