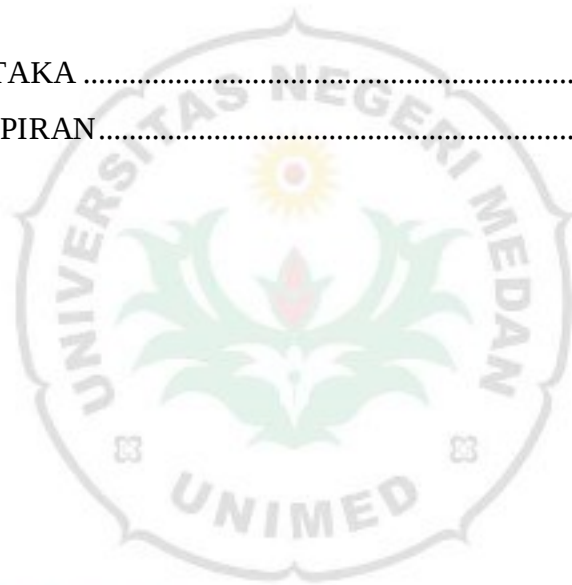


## DAFTAR ISI

|                                                                      |      |
|----------------------------------------------------------------------|------|
| ABTSRAK.....                                                         | i    |
| KATA PENGANTAR .....                                                 | ii   |
| DAFTAR ISI .....                                                     | v    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                  | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                                   | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                 | x    |
| <br>                                                                 |      |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                               | 1    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                          | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                         | 6    |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....                                       | 7    |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                      | 7    |
| <br>                                                                 |      |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                                          | 8    |
| 2.1    Kajian Pustaka.....                                           | 8    |
| 2.1.1    Kajian Analisis Pemasaran digital.....                      | 8    |
| 2.1.2    Kajian Terhadap Nilai Sosial Budaya Pasar Tradisional ..... | 11   |
| 2.2    Landasan Teori .....                                          | 12   |
| 2.2.1    Teori Strategi Adaptasi John William Bennett.....           | 12   |
| 2.3    Kerangka Konsep .....                                         | 16   |
| 2.3.1    Strategi Adaptasi.....                                      | 16   |
| 2.3.2    Ekonomi Alternatif.....                                     | 17   |
| 2.3.3    UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah).....                      | 18   |
| 2.3.4    Era Digital .....                                           | 19   |
| 2.4    Kerangka Berpikir.....                                        | 21   |
| <br>                                                                 |      |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                       | 22   |
| 3.1    Jenis Penelitian .....                                        | 22   |
| 3.2    Lokasi Penelitian.....                                        | 24   |

|                                              |                                                                          |    |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.3                                          | Informan Penelitian.....                                                 | 25 |
| 3.4                                          | Teknik Pengumpulan Data .....                                            | 26 |
| 3.5                                          | Teknik Analisis Data.....                                                | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |                                                                          | 34 |
| 4.1                                          | Hasil Penelitian .....                                                   | 34 |
| 4.1.1                                        | Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                    | 34 |
| 4.1.2                                        | Tantangan yang Dihadapi UMKM Di Pasar MMTC di Era Pasar Digital .....    | 38 |
| 4.1.2.1                                      | Kurangnya Pengestahuan Trehadap Penggunaat Platform Belanja Online ..... | 49 |
| 4.1.2.2                                      | Menurunnya Jumlah Pelanggan .....                                        | 49 |
| 4.1.2.3                                      | Persaingan Harga Yang Semakin Ketat Antar Pedagang .....                 | 49 |
| 4.1.2.4                                      | Kurangnya Modal Yang Dimiliki UMKM Di Pasar Raya MMTC.....               | 49 |
| 4.1.3                                        | Strategi Adaptasi Ekonomi Alternatif.....                                | 49 |
| 4.1.3.1                                      | Promosi Produk Dengan Aplikasi WhatsApp .....                            | 49 |
| 4.1.3.2                                      | Bergabung Dalam Platform Belanja Online Shoopee .....                    | 49 |
| 4.1.3.3                                      | Promosi Dan Pemberian Voucher Promo Melalui Kartu ( <i>card</i> ) ..     | 49 |
| 4.1.3.4                                      | Sikap Ramah Dan Menjaga Kesopanan Pada Pelanggan .....                   | 49 |
| 4.1.3.5                                      | Penurunan Atau Pemotongan Harga Dan Negoisasi .....                      | 49 |
| 4.1.3.6                                      | Silent Marketing .....                                                   | 57 |
| 4.1.3.7                                      | Penyesuaian Dengan Trend .....                                           | 49 |
| 4.2                                          | Pembahasan .....                                                         | 57 |
| 4.2.1                                        | <i>Adaptive Behaviur</i> .....                                           | 60 |
| 4.2.1.1                                      | Sikap Ramah dan Menjaga Kesopanan pada pelanggan .....                   | 61 |
| 4.2.2                                        | <i>Adaptive Strategies</i> .....                                         | 61 |
| 4.2.2.1                                      | Silent Marketing .....                                                   | 61 |
| 4.2.2.2                                      | Promosi Produk dengan Aplikasi WhatsApp .....                            | 62 |
| 4.2.2.3                                      | Bergabung dalam Platform Belanja Online Shopee .....                     | 62 |
| 4.2.2.4                                      | Penurunan atau Pemotongan Harga Dan Negosiasi.....                       | 63 |

|                                                                    |        |
|--------------------------------------------------------------------|--------|
| 4.2.2.5 Penyesuaian Dengan Trend .....                             | 64     |
| 4.2.2.6 Promosi dan Pemberian Voucher Promo Melalui Kartu (Card) . | 64     |
| 4.2.3 <i>Adaptive Process</i> .....                                | 64     |
| <br>BAB V PENUTUP .....                                            | <br>66 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                               | 66     |
| 5.2 Saran .....                                                    | 68     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA .....                                           | <br>69 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                              | 72     |



THE  
*Character Building*  
UNIVERSITY