

ABSTRAK

Febri Korijayanti. 200521100021. Program Studi Sosiologi. Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian dan Kosmetik di Pasar Tanah Merah Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi adaptasi pedagang pakaian dan kosmetik di pasar Tanah Merah Kecamatan Tanah Merah Kabupaten Bangkalan. Adanya sistem perdagangan baru yakni *online* membuat para pedagang pakaian dan kosmetik di pasar Tanah Merah harus memiliki berbagai strategi untuk mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan dan persaingan secara *online* yang terjadi dalam dunia perdagangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi adaptasi atau upaya yang dilakukan pedagang pakaian dan kosmetik dalam mempertahankan usahanya dan mendapatkan keuntungan di pasar Tanah Merah yaitu dengan tiga bentuk adaptasi. **Pertama**, adaptasi perilaku pedagang pakaian dan kosmetik dilakukan dengan berperilaku jujur, bersikap ramah dan santun terhadap pembeli serta meningkatkan pelayanan pada pembeli. **Kedua**, adaptasi strategi dilakukan pedagang pakaian dengan cara mempromosikan melalui media sosial yakni WhatsApp, menjaga kualitas suatu barang atau produk, memberikan potongan harga (diskon) dan jaminan pengembalian kepada pembeli, sedangkan untuk pedagang kosmetik yaitu dengan cara kulakan melalui *online* yakni Shopee, menyediakan stok produk yang sering dibeli oleh pelanggan, menjadi pemasok untuk beberapa toko serta mempromosikan melalui media sosial yakni WhatsApp. **Ketiga**, adaptasi proses dimana dalam hal ini merupakan bagaimana cara pedagang pakaian dan kosmetik berinteraksi dengan pembeli.

Kata Kunci: Strategi adaptasi, Pedagang, Pasar.

ABSTRACT

*Febri Korijayanti. 200521100021. Sociology Study Program, **Adaptation Strategy of Clothing and Cosmetics Traders in Tanah Merah Market, Tanah Merah Subdistrict, Bangkalan Regency.***

The purpose of this study is to determine the adaptation strategy of clothing and cosmetics traders in the Tanah Merah market, Tanah Merah District, Bangkalan Regency. digital activism carried out by the Carat fandom in Weverse. The existence of a new trading system, namely online, makes clothing and cosmetics traders in the Tanah Merah market must have various strategies to be able to adapt to various changes and online competition that occur in the world of trade.

This research uses a descriptive qualitative method with a phenomenological approach. Data collection techniques used observation, interviews and documentation. The selection of informants was carried out using purposive sampling technique. The data analysis technique uses the Miles & Huberman technique by reducing data, presenting data, and drawing conclusions. Data validity techniques using source triangulation.

*The results showed that the adaptation strategy or efforts made by clothing and cosmetics traders in maintaining their business and gaining profits in the Tanah Merah market were in three forms of adaptation. **First**, the behavioral adaptation of clothing and cosmetics traders is carried out by behaving honestly, being friendly and polite to buyers and improving services to buyers. **Second**, strategic adaptation is carried out by clothing traders by promoting through social media, namely WhatsApp, maintaining the quality of an item or product, providing discounts and return guarantees to buyers, while for cosmetics traders, namely by purchasing through online, namely Shopee, providing stock products that are often purchased by customers, becoming suppliers for several stores and promoting through social media, namely WhatsApp. **Third**, process adaptation which in this case is how clothing and cosmetics traders interact with buyers.*

Keywords: Adaptation strategies, Traders, Markets.