

ABSTRAK

Murianti Risna. 2024. *Adaptasi Sosial Perilaku Pedagang Pasar Baru Permai Kota Banjarmasin Dalam Menghadapi Perkembangan Marketplace*, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Yusuf Asyahri, S.E., M.E

Kata Kunci: Adaptasi Sosial, Pedagang, Pasar, *Marketplace*

Pada tahun 2022 lalu, 39% responden memilih Tokopedia sebagai *marketplace* pilihan nomor satunya, setelahnya. *Shopee* menyusul di posisi kedua dengan perbedaan tipis, yakni sebesar 36%. *iPrice* turut mengungkapkan bahwa Tokopedia dan *Shopee* merupakan *marketplace* dengan jumlah *visitor web* terbanyak di Indonesia. Kehadiran *marketplace* ini membuat pasar baru permai Kota Banjarmasin menjadi sepi pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan *marketplace* pada pedagang pasar baru dan adaptasi sosial perilaku pedagang pasar baru dalam menghadapi perkembangan *marketplace*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang digunakan dari penelitian ini yaitu melalui wawancara langsung, dan dokumentasi. Metode yang digunakan dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 60% pedagang merasakan dampak positif dengan perkembangan *marketplace* dan 40% dampak negatif dari 5 informan pedagang, dan sebesar 80% pedagang yang mampu beradaptasi dengan cara menggunakan media sosial sebagai media promosi dan 20% beradaptasi bertahan dengan usahanya tanpa bantuan media sosial dari 5 informan pedagang.