

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelaku bisnis yang baru. Perubahan yang cepat berdampak pada situasi ketidakpastian yang berpengaruh terhadap perusahaan. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Banyak metode yang dilakukan pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan ditengah-tengah persaingan yang ada, suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk baik berupa barang maupun jasa. Dengan demikian diperlukan pemasaran yang baik karena, sebuah prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya.

Semakin hari permasalahan penjualan melalui online ini akan terus ada dan akan berkembang seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Dengan semakin berkembangnya online shop akan membuat para pedagang yang berjualan di pasar terus mengalami kemunduran, apalagi jika

tidak diseimbangi dengan kekuatan modal yang dimiliki oleh pedagang. Kekuatan modal bukan hanya bersumber dari modal ekonomi, melainkan juga modal sosial dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Hal ini juga akan terus terjadi di kota Bengkulu khususnya di pasar-pasar, para pedagang konvensional di pasar sudah pasti akan mengalami penurunan omset penjualan secara signifikan dan akan terancam bangkrut atau tutup jika tidak memiliki kekuatan strategi dalam mempertahankan usaha.

Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran, dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan perubahan strategi dalam pemasaran yaitu Daur hidup produk, Posisi persaingan perusahaan di pasar, dan Situasi ekonomi.¹

pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar dalam realitas bisnis sebagai mekanisme yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Pasar merupakan tempat orang-orang berkumpul dengan tujuan untuk menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang. Pasar juga

¹ Nur Fadilah, 'Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syariah', *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1.2 (2020).

dapat diartikan sebagai tempat orang berjual-beli juga berarti kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Sedangkan Menurut pendapat William J. Stanton, pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi di atas terdapat tiga unsur penting di dalam pasar yaitu: pertama, orang dengan segala keinginannya. Kedua, daya beli mereka. Ketiga, kemauan untuk membelanjakannya².

Belanja online semakin menjadi pilihan karena pembeli atau pelanggan dapat membeli barang dan jasa tanpa harus keluar rumah. Kemudahan yang ditawarkan dalam proses belanja online cukup dengan duduk di depan komputer atau menggunakan smartphone, kemudian mencari barang atau jasa yang diinginkan, dan melakukan transaksi melalui online banking atau dompet elektronik yang biasa disebut dengan dompet digital. Belanja online adalah cara baru dalam berbisnis. Pada acara ini, pembeli dan penjual tidak bertatap muka seperti biasanya proses atau tradisi penjualan. E-commerce ini dapat menjangkau sampai ke pelosok negeri. Oleh karena itu pasar online ini semakin hari semakin diminati banyak masyarakat karena tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk berbelanja, belum lagi di dalam E-

² Heru Cahyono, 'Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 1.2 (2020), 14 <<https://doi.org/10.47453/ecobankers.v1i2.171>>.

commerce sering menawarkan potongan harga guna menarik pembeli. Ketika hari-hari besar tertentu platform platform belanja online sering mengadakan diskon besar-besaran contohnya libur hari raya idul fitri dan natal maupun tahun baru.

Semakin hari permasalahan penjualan melalui online ini akan terus ada dan akan berkembang seiring dengan berkembangnya kemajuan teknologi. Dengan semakin berkembangnya online shop akan membuat para pedagang yang berjualan di pasar terus mengalami kemunduran, apalagi jika tidak diseimbangi dengan kekuatan modal yang dimiliki oleh pedagang. Menurut ajaran islam, tujuan dari usaha bukan hanya semata untuk mencari keuntungan dunia, namun juga usaha harus dibarengi dengan tujuan akhirat, yaitu dengan cara tawakal, etika dan moral, yang menjunjung tinggi iman dan kejujuran.³ Kekuatan modal bukan hanya bersumber dari modal ekonomi, melainkan juga modal sosial dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Seperti Kondisi yang terjadi saat setahun belakang ini pasar tradisional modern kota Bengkulu terlihat sangat sepi pembeli bahkan banyak ruko yang sudah tutup di karenakan perkembangan digital mulai meluas dan omset yang didapat pedagang di pasar tradisional modern mengalami penurunan yang

³ Romi Adetio Setiawan, 'The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation', *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation*, June, 2023, 1-199 <<https://doi.org/10.4324/9781003393986>>.

cukup drastis.⁴ Hal ini juga akan terus terjadi di kota Bengkulu khususnya di pasar-pasar, para pedagang di pasar sudah pasti akan mengalami penurunan omset penjualan secara signifikan dan akan terancam bangkrut atau tutup jika tidak memiliki kekuatan strategi dalam mempertahankan usaha.

Berdasarkan penjelasan dan fenomena yang telah peneliti paparkan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Strategi Mempertahankan Usaha Pedagang Ditengah Perkembangan Era Digital Menurut Marketing Syariah (Studi Pada Pedagang Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bertahan para pedagang di pasar tradisional modern (PTM) di tengah maraknya era digital?
2. Apa kendala pasar tradisional modern (PTM) di tengah maraknya era digital?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bertahan para pedagang di pasar tradisional modern (PTM) di tengah maraknya era digital.

⁴ Muhammad Izfaldi, 'Potret Sepinya Pasar Tradisional Modern Kota Bengkulu', *DetikFinance*, 2023 <<https://finance.detik.com/foto-bisnis/d-6944349/potret-sepinya-pasar-tradisional-modern-bengkulu>>.

2. Untuk mengetahui kendala pasar tradisional modern (PTM) di tengah maraknya era digital.

D. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi yang digunakan pedagang pasar tradisional modern dalam menghadapi persaingan dengan toko online atau online shop yang saat ini sedang diminati oleh banyak kalangan.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan diskusi dan menambah wawasan pengetahuan bagi civitas akademik.

b. Secara Praktis

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran mengenai strategi bertahan pedagang di tengah maraknya belanja online serta dapat melihat penerapannya di pasar khususnya pasar tradisional modern (PTM) kota Bengkulu.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pengelola pasar untuk mengetahui dan memaksimalkan strategi yang dilakukan pedagang konvensional dalam bersaing dengan pasar online

misalnya seperti perbaikan pembangunan pasar, kebersihan lingkungan pasar, dan kondisi fisik pasar lainnya agar dapat menarik pembeli untuk berbelanja secara aman dan nyaman di pasar tradisional modern (PTM).

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi dalam bahan keilmuan, juga memenuhi persyaratan Akademik dalam menyelesaikan studi pada jurusan Ekonomi Syariah dan sebagai acuan referensi dan bahan pustaka bagi peneliti selanjutnya yang membutuhkan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bersifat pemikiran dalam memperkaya wawasan terhadap strategi pemasaran terutama dalam menghadapi persaingan bisnis.

E. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal internasional oleh Rahmad Ramadan dkk,2021, Strategi Bertahan Industri Restaurant Pada Era New Normal di Indonesia, hasil dari penelitian ini. Pandemi Covid ternyata telah menyebabkan terjadinya perubahan pola pikir dan paradigma pariwisata. Wisatawan masa kini lebih mengutamakan wisata kuliner pada restoran yang menyajikan kuliner khas daerah. Sehingga para pelaku usaha industri pariwisata harus mampu memenuhi

harapan wisatawan dengan memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan kepada wisatawan dengan menghadirkan CBSE, Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Persamaan dengan penelitian saya yaitu sama-sama untuk mengetahui strategi bertahan. Sedangkan perbedaannya yaitu studi kasus penelitian, objek penelitian objek penelitian dan metodologi penelitian⁵.

2. Jurnal Nasional oleh Emaya Kurniawati, Anitiyo Soelistiyono, Teguh Ariefiantoro, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Bertahan diTengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus pada Toko Tradisional Bu Yuli di Kelurahan pendrikan Lor Kecamatan Semarang tengah”. Hasil dari penelitian ialah dengan keberadaan toko modern yang letaknya berdekatan dengan toko tradisional sangat mempengaruhi omset toko tradisional bu yuli yang mana omzet menurun sampai 45%. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaanya dengan peneliti saya yaitu sama-sama mengetahui strategi bertahan pedagang

⁵ Rahmad Ramadan, Silvia Ramadani, and M. Zacky Faluti, ‘Strategi Bertahan Industri Restaurant Pada Era New Normal Di Indonesia’, *Jurnal PariwisataIndonesia*,17.2(2021),112<<https://doi.org/10.53691/jpi.v17i2.241>>.

dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu studi kasus penelitian⁶

3. Jurnal Nasional oleh Dewi Febriani Fitri Ramdhani Harahap Michael Jeffri Sinabutar, 2023, universitas Bangka Belitung. Dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional Di Pasar Belinyu”. Hasil dari penelian ini ialah Hasil penelitian menunjukkan bahwa online shop membawa dampak bagi pedagang konvensional yang mana dampak yang dirasakan pedagang pakaian dipasar Belinyu yaitu sepinya pembeli sehingga pemasukan pun otomatis berkurang hingga mencapai 50% dari sebelumnya hal ini juga membuat modal ikut tersendat. Penelitian ini menggunakan teori modal sosial dari Robert Putnam sebagai pisau analisis. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif deskriptif. Peneltian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaan dengan peneltia saya sama-sama untuk mengetahui strategi bertahan pada maraknya belaja online. Sedangkan perbedaannya yaitu studi kasus penelitian⁷

⁶ Emaya Kurniawati, Anitiyo Soelistiyono, and Teguh Ariefiantoro, ‘Strategi Bertahan Di Tengah Maraknya Toko Modern (Studi Kasus Pada Toko Tradisional Bu Yuli Di Kelurahan Pendrikan Lor Kecamatan SEmarang Tengah)’, *Journals.Usm.Ac.Id*, 16.2 (2018), 94–111.

⁷ Dewi Febriani and others, ‘Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang

4. Skripsi oleh Dhiah Farhanah, 2022, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.dalam pnelitiannya yang berjudul “Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional DiTengah Maraknya Belanja Online (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Rakyat Sungguminasa Kabupaten Gowa”. Hasil dari penelitian ialah Strategi yang dilakukan pedagang dalam mempertahankan usahanya yaitu diantaranya melakukan pembaruan usaha mengikuti tren model terbaru, meningkatkan pelayanan pada pembeli. Selain ketiga strategi tersebut para pedagang juga mengandalkan modal sosial yang mereka miliki seperti kepercayaan, normal sosial, dan strategi jaringan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiologis. Persamaan dengan penelitia saya sama-sama untuk mengetahui strategi bertahan pada maraknya belaja online. Sedangkan perbedaanya yaitu studi kasus penelitian⁸.
5. Skripsi oleh Mariatul jannah, 2020, Institute agama islam negeri palang karaya. Dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi pedagang dalam mempertahankan usaha (studi kasus pada pasar baru A palang karaya”. Hasil dari penelitian ini ialah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

Konvensional Di Pasar Belinyu)’, *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01.5 (2023), 50–60.

⁸ Dhia Fahana, ‘Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional Di Tengah Maraknya Belanja Online (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Rakyat Sungguminasa Kabupaten Gowa)’, 2022.

ang pertama, pengecer pasar baru A bisa mempertahankan bisnis mereka dengan menerapkan strategi manajemen pemasaran berupa penjualan produk yang beragam, harga terjangkau, lebih nyaman tempat dan melakukan berbagai promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaan dengan peneliti saya sama-sama untuk mengetahui strategi mempertahankan usaha pedagang dipasar pada maraknya belaja online. Sedangkan perbedaanya yaitu studi kasus penelitian⁹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif didasari pada filosofi postpositivisme, karena diterapkan untuk mempelajari objek dalam kondisi alami (berlawanan dengan eksperimen). Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrument utama, pengambilan sampel data dilakukan secara purposive. Analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

⁹ Mariatul Jannah, '(Studi Kasus Pada Pasar Baru A Kota Palangka Raya)', *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2020.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan peneliti yaitu melakukan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan status objek penelitian pada saat penelitian diadakan dalam arti lain memberikan informasi sesuai dengan keadaannya. Penelitian deskriptif juga merupakan penelitian berupa kata kata, gambar dan bukan angka. Penelitian deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan juga akurat pada fenomena yang di teliti.¹⁰

2. Waktu dan Tempat Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan selama 5 bulan tanggal 17 Februari 2023-28 Juni 2024.

b. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Modern (PTM) Jl. Kz. Abidin, Kecamatan Ratu Samban, Kota Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Teknik Penentuan Informan yang digunakan yaitu purposive sampling, yang berarti pengambilan

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

sampel dengan pertimbangan tertentu. Seseorang dijadikan sampel karena dianggap memiliki informasi tentang penelitian yang dilakukan. Informan dalam penelitian ini yaitu mengenai strategi pedagang dalam mempertahankan usaha dagangnya dalam menghadapi persaingan dengan belanja online (*E-commerce*).

Informan dalam penelitian ini yaitu pedagang di pasar tradisional modern (PTM) kota Bengkulu dan pembeli di sekitar pasar. Maka diperoleh informan penelitian berjumlah 10 orang yang terdiri dari 5, orang pedagang pasar, 1 orang dari pengelola pasar, dan 4 orang pembeli/pelanggan sekitar pasar tradisional modern (PTM) kota Bengkulu. Penentuan informan penelitian menggunakan metode purpose sampling, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹¹ Adapun pertimbangan tersebut diantaranya:

- a) Informan tersebut berdagang dipasar tradisional modern (PTM) kota Bengkulu;
 - b) Informan tersebut dapat memberikan informasi mengenai penelitian dengan jelas;
-

c) Informan tersebut bersedia untuk memberikan jawaban terkait pertanyaan penelitian yang diberikan.

Selanjutnya, daftar informan peneliti dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 1.1
Informan penelitian

No	Nama	Umur	Lama Usaha	Keterangan
1	Maiyuni	46 tahun	19 tahun	Pedagang Sepatu/Sandal
2	Rosdiana	58 tahun	18 tahun	Pedagang Pakaian
3	Yuli Marni	35 tahun	10 tahun	Pedagang Pakaian
4	Pino	35 tahun	9 tahun	Pedagang pakaian
5	Manros	53 tahun	8 tahun	Pedagang pakaian
6	ZulkifliIshak	48 tahun		Pengelola pasar
7	Kaswati	40 Tahun		Pembeli
8	Fatma	22 tahun		Pembeli
9	Deliza	20 tahun		Pembeli
10	Maratul	19 tahun		pembeli

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Pada penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari sumber terpercaya dengan teknik observasi yaitu melakukan wawancara mendalam secara langsung dengan pihak instansi atau perusahaan dianggap dapat memberikan informasi dan berkompeten sesuai dengan permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini data

primer diperoleh dari observasi dan wawancara yang dilakukan dengan pihak pedagang dan pembeli pasar tradisional modern (PTM) mengenai strategi mempertahankan usaha pedagang di era digital melalui analisis SWOT.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh preset sendiri untuk untuk tujuan lain. Cara memperoleh data sekunder yaitu dengan melakukan penelitian kepustakaan dan dari dokumen-dokumen yang mengenai strategi pedagang dalam mempertahankan usaha dagangnya dalam menghadapi persaingan dengan belanja online (E-commerce).

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang digunakan dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (objek) atau peristiwa secara sistematis tanpa ada pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Metode ini digunakan untuk melakukan pengamatan langsung pada lokasi yang

dijadikan objek penelitian yaitu di pasar tradisional modern (PTM) jl. Kz. Abidin, kecamatan ratu samban, kota bwnengkulu.

2. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Pada saat mengajukan pertanyaan, peneliti dapat berbicara langsung kepada responden atau bila tidak memungkinkan juga dapat dilakukan melalui sarana komunikasi, misalnya telepon.
3. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan, seperti laporan keuangan struktur organisasi, peraturan, data produksi dan sebagainya.

6. Teknik Analisis Data

Metode induktif yaitu cara menerangkan data dari paparan data kemudian ke arah teori. Dalam hal ini peneliti menganalisis data yang diperoleh dalam bentuk uraian kemudian dari data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yang berasal dari informasi mengenai strategi pedagang dalam mempertahankan usaha dagangnya dalam menghadapi persaingan dengan belanja online (*E-commerce*).

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT dalam pengembangan strategi. Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Oppurtunities, dan Treats* dalam suatu bisnis usaha. Analisis SWOT akan menghasilkan beberapa pilihan strategi alternative yang dikembangkan berdasarkan matrik SWOT sebagai berikut :

Tabel 1.2
Matrik SWOT

Internal Eksternal	Strengts (S)	Weakness (W)
Weakness (W)	Strategi S-O	Strategi W-O
Threats	Strategi S-T	Strategi W-O

Sumber : Teknik Analisis SWOT (2016)

1. Strategi SO, strategi dibuat berdasarkan jalan pikiran sebuah objek, yaitu memnfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST, strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh suatu objek untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, strategi memanfaatkan peluang

dengan memaksimalkan kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi WT, strategi yang digunakan untuk meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

G. Sistematika Penulisan

Untuk kejelasan dan ketetapan arah pembahasan dalam artikel jurnal ini penulis mengurai kedalam 4 (empat) bab yaitu, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini akan menjabarkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Bab ini mengurai tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini dan juga berisi tentang referensi yang dianggap representif dalam bidang pembahasan dan teori-teori yang relevan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Terdiri dari tinjauan pustaka, kerangka konseptual.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN, Bab ini mengurai tentang gambaran umum objek penelitian yaitu pasar tradisional modern yang di klasiikasi membahas tentang profil, visi dan misi, serta sejarah berdirinya pasar tradisional modern (PTM) kota Bengkulu. **BAB IV**, hasil penelitian dan pembahasan yaitu berisikan tentang pendeskripsian

wilayah dari penelitian, temuan yang ada dalam penelitian serta pembahasan dari strategi mempertahankan usaha pedagang di tengah era digital di pasar tradisional modern (PTM) menurut marketing syariah kota Bengkulu.

BAB IV HASIL PENELITIAN, Bab ini mengurai tentang hasil wawancara mengenai strategi mempertahankan usaha para pedagang dan membahas tentang jawaban variabel-variabel yang diteliti, analisis SWOT strategi.

BAB V PENUTUP, Bab ini mengurai tentang kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis SWOT dalam strategi mempertahankan usaha para pedagang dan saran terkait dengan strategi mempertahankan usaha.

