

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Keaslian Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Adaptasi.....	13
2.1.2. Strategi Pemasaran	14
2.1.3. <i>E-Commerce</i>	15
2.1.4. <i>Tiktok Shop</i>	15
2.1.5. Pedagang Konvensional	16
2.1.6. Omset dan laba	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.2. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20

3.1.	Jenis Penelitian.....	20
3.2.	Subyek Dan Obyek Penelitian	20
3.3.	Data Dan Sumber Data.....	20
3.4.	Responden Penelitian	22
3.5.	Teknik Analisis Data	24
3.6.	Alat Analisis Data	25
3.6.1.	Analisis Untuk Mengetahui Dampak Terhadap Nilai Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang.	25
3.6.2.	Analisis Untuk Mengetahui Dampak Terhadap Keuntungan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang.	26
3.6.3.	Analisis Untuk Mengetahui Inovasi Strategi Pemasaran Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang Seiring Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i>	26
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		30
4.1.	Hasil Penelitian	30
4.1.1.	Gambaran Umum Responden	30
a.	Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	30
b.	Identitas Responden Menurut Usia	30
c.	Identitas Responden Menurut Lama Beroperasi	31
d.	Identitas Responden Memiliki Kios/los	31
4.1.2.	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Dampak <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Nilai Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang.....	31
a.	Jenis Pakaian Yang Mengalami Penurunan Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	31
b.	Rata-Rata Harga Jual Produk Pakaian	32
c.	Omset Per Bulan Selama Bulan Januari Hingga Maret 2024.....	32

d.	Penjualan Pakaian Mengalami Penurunan Sebelum Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Sebelum Bulan Desember 2023.....	33
e.	Penjualan Pakaian Mengalami Penurunan Setelah Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Bulan Januari, Februari, Maret 2024	33
f.	Hasil Penjualan Sebelum Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Oktober Hingga Desember 2023	34
g.	Pendapatan Responden Pada Saat Itu	34
h.	Setelah Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Dibuka Kembali Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024, Pembeli Yang Langsung Datang Ke Toko Juga Masih Banyak	35
i.	Persentase Penjualan, Apakah Terjadi Kenaikan Atau Penurunan Berapa Persen Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024	35
4.1.3.	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Dampak <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Keuntungan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang	36
a.	Keuntungan Bersih Yang Diperoleh Tiap Bulan Sebelum Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Oktober Hingga Desember 2023	36
b.	Keuntungan Bersih Yang Diperoleh Tiap Bulan Setelah Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	36
c.	Selama 3 Bulan, Apakah Mengalami Kenaikan Atau Penurunan.....	37
4.1.4.	Tabulasi Jawaban Responden Tentang Inovasi Strategi Pemasaran Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang Seiring Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i>	37

a.	Strategi Pemasaran Yang Digunakan Untuk Menarik Minat Konsumen Terhadap Produk Pakaian Yang Dijual..	37
b.	Responden Memanfaatkan Teknologi Untuk Strategi Pemasaran Produk Pakaian	38
c.	Responden Mengetahui Bahwa Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Beroperasi Kembali Pada Bulan Desember 2023	38
d.	Responden Memanfaatkan Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Untuk Memasarkan Produk Pakaian.....	39
e.	Perubahan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	40
4.2.	Pembahasan.....	41
4.2.1.	Tabel Situasi Bagi Penjualan.....	41
4.2.2.	Dampak Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Nilai Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang	43
4.2.3.	Dampak Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Keuntungan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang.....	45
4.2.4.	Inovasi Strategi Pemasaran Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang Seiring Dengan Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i>	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		49
5.1.	Kesimpulan	49
5.2.	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aplikasi <i>TikTok Shop</i>	5
Gambar 1.2 Kondisi Penjualan Pedagang Pakaian di Pasar Johar.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Keaslian Penelitian.....	9
Tabel 4.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Data Responden Menurut Usia.....	30
Tabel 4.3 Data Responden Menurut Lama Beroperasi.....	31
Tabel 4.4 Responden Memiliki Kios/Los.....	31
Tabel 4.5 Jenis Pakaian Yang Mengalami Penurunan Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	31
Tabel 4.6 Rata-Rata Harga Jual Produk Pakaian.....	32
Tabel 4.7 Omset Per Bulan Selama Bulan Januari Hingga Maret 2024.....	32
Tabel 4.8 Penjualan Pakaian Mengalami Penurunan Sebelum Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Sebelum Bulan Desember 2023.....	33
Tabel 4.9 Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Mengalami Penurunan Setelah Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	33
Tabel 4.10 Hasil Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Sebelum Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Oktober Hingga Desember 2023.....	34
Tabel 4.11 Pendapatan Responden Pada Saat Itu.....	34
Tabel 4.12 Setelah Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Dibuka Kembali Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024, Pembeli Yang Langsung Datang Ke Toko Juga Masih Banyak.....	35
Tabel 4.13 Persentase Penjualan Anda? Apakah Terjadi Kenaikan Atau Penurunan Berapa Persen Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024.....	35
Tabel 4.14 Keuntungan Bersih Yang Diperoleh Tiap Bulan Sebelum Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Oktober Hingga Desember 2023.....	36

Tabel 4.15 Keuntungan Bersih Yang Diperoleh Tiap Bulan Setelah Beroperasinya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Pada Saat Bulan Januari, Februari, Maret 2024	36
Tabel 4.16 Selama 3 Bulan, Apakah Mengalami Kenaikan Atau Penurunan	37
Tabel 4.17 Strategi Pemasaran Yang Digunakan Untuk Menarik Minat Konsumen Terhadap Produk Pakaian Yang Dijual.....	37
Tabel 4.18 Responden Memanfaatkan Teknologi Untuk Strategi Pemasaran Produk Pakaian	38
Tabel 4.19 Responden Mengetahui Bahwa Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Beroperasi Kembali Pada Bulan Desember 2023.....	39
Tabel 4.20 Responden Memanfaatkan Aplikasi <i>Tiktok Shop</i> Untuk Memasarkan Produk Pakaian	39
Tabel 4.21 Perubahan Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Selama Bulan Januari, Februari, Maret 2024	40
Tabel 4.2.1 Situasi Bagi Penjualan.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Pedagang Konvensional Pakaian di Pasar Johar Kota Semarang	54
Lampiran 2 Surat Pengantar Peirizinan Penelitian Kampus	59
Lampiran 3 Surat Disposisi BAPPEDA.....	60
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian dari Dinas Perdagangan Kota Semarang.....	62
Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Lapangan di Dinas Perdagangan Kota Semarang	63
Lampiran 6 Dokumentasi Melakukan Perizinan ke Dinas Pasar	64
Lampiran 7 Pendampingan Penyebaran Kuesioner	65
Lampiran 8 Dokumentasi Pada Saat Penyebaran Kuesioner ke Pedagang Konvensional Pakaian di Pasar Johar Kota Semarang.....	66
Lampiran 9 Data Responden Pedagang Konvensional Pakaian di Pasar Johar Kota Semarang	71
Lampiran 10 Data Responden Tentang Dampak <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Nilai Penjualan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang.....	73
Lampiran 11 Data Responden Tentang Dampak <i>Tiktok Shop</i> Terhadap Keuntungan Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang	75
Lampiran 12 Data Responden Tentang Inovasi Strategi Pemasaran Pedagang Konvensional Pakaian Di Pasar Johar Kota Semarang Seiring Dibukanya Kembali Aplikasi <i>Tiktok Shop</i>	76