

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah mengubah wajah perdagangan di Indonesia secara signifikan. *E-commerce* tumbuh pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone* yang mendorong masyarakat untuk berbelanja secara *online*. Transformasi ini tidak hanya memberikan peluang baru bagi pelaku usaha besar, tetapi juga menimbulkan tantangan berat bagi pedagang kecil, khususnya pedagang pakaian di pasar tradisional yang selama ini bergantung pada interaksi langsung dengan pelanggan (Fahrurrozi dkk., 2024).

Munculnya platform *e-commerce* menyebabkan perubahan besar dalam pola konsumsi dan perilaku pelanggan. Harga yang kompetitif, kemudahan akses, serta besarnya promosi di media sosial membuat konsumen beralih dari pasar tradisional ke platform daring. Kondisi ini menimbulkan tekanan bagi pedagang pakaian di daerah, termasuk di Kota Juang, Kabupaten Bireuen, yang harus beradaptasi dengan kondisi pasar baru tersebut agar tetap bertahan (Jungjung & Suharno, 2024).

Dalam konteks sosial ekonomi, kemampuan pedagang untuk bertahan tidak hanya ditentukan oleh modal finansial, tetapi juga oleh modal sosial yang mereka miliki. Modal sosial mencakup kepercayaan, jaringan sosial, serta norma yang memungkinkan pedagang membangun hubungan dengan pelanggan dan rekan seprofesi. Modal sosial menjadi fondasi penting dalam membantu usaha

menghadapi tekanan ekonomi yang meningkat akibat persaingan digital (Reniaty & Fauzi, 2022).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa modal sosial berperan besar dalam memperkuat daya tahan usaha mikro dan kecil. Kepercayaan dan hubungan personal yang terbangun antara pedagang dan pelanggan sering kali menjadi pembeda utama antara pasar tradisional dan *e-commerce* yang bersifat impersonal. Dalam konteks ini, interaksi sosial yang intens dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang sulit tergantikan oleh teknologi (Smandra & Usman, 2023).

Selain modal sosial, inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi pedagang di tengah disrupsi digital. Inovasi tidak selalu berupa penggunaan teknologi canggih, melainkan juga mencakup kreativitas dalam pelayanan, strategi komunikasi, serta cara penjualan yang menyesuaikan kebutuhan pasar. Pedagang yang mampu memperbarui cara kerja mereka, misalnya dengan memberikan potongan harga, sistem pembayaran fleksibel, atau layanan pengantaran cenderung lebih mampu bersaing (Istiarohmi, 2024).

Pada pedagang pakaian di Kecamatan Kota Juang, fenomena adaptasi ini sudah mulai terlihat. Berdasarkan Observasi peneliti pada tanggal 2 September 2025, ditemukan bahwa sebagian pedagang tetap memiliki pelanggan tetap karena mereka menjaga hubungan pribadi melalui komunikasi langsung maupun *virtual*, memberikan potongan harga, hingga sistem pembayaran yang fleksibel dan pembayaran di tempat (COD) dalam jangkauan kota. Namun, ada sebagian pedagang lain yang masih menggunakan pola interaksi konvensional seperti tawar-menawar tanpa inovasi yang berarti. Fenomena ini menunjukkan adanya

kesenjangan dalam kemampuan berinovasi di antara pelaku usaha lokal (Observasi, 5 September 2025).

Hasil wawancara awal peneliti juga menunjukkan bahwa persaingan dengan *e-commerce* mulai dirasakan secara langsung oleh pedagang pakaian di Kecamatan Kota Juang. Salah seorang pedagang mengungkapkan bahwa jumlah pembeli yang datang ke toko mengalami penurunan karena sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja melalui *platform online* yang dianggap lebih praktis dan menawarkan banyak pilihan produk. Meskipun demikian, pedagang tersebut tetap mempertahankan usahanya dengan mengandalkan pelanggan lama yang telah mengenal kualitas barang dan pelayanan yang diberikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan sosial dan kepercayaan pelanggan masih menjadi modal penting bagi pedagang dalam mempertahankan usahanya. Syahrul pemilik Toko Hero menyatakan:

“Sekarang memang banyak pelanggan yang beli di online karena lebih mudah. Kadang toko sepi, apalagi kalau ada promo besar di aplikasi. Tapi masih ada pelanggan lama yang tetap datang karena sudah percaya sama barang yang kami jual dan bisa lihat langsung kualitasnya.” (Wawancara Awal, 5 September 2025).

Selain itu, wawancara awal juga menunjukkan bahwa tidak semua pedagang memiliki kemampuan yang sama dalam beradaptasi dengan perkembangan digital. Sebagian pedagang mulai memanfaatkan media sosial untuk menawarkan produk dan berkomunikasi dengan pelanggan, sementara sebagian lainnya masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam berdagang. Perbedaan kemampuan adaptasi tersebut menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor penting yang memengaruhi kemampuan pedagang untuk bertahan di tengah persaingan perdagangan digital. Ajier pemilik Toko Dago mengungkapkan:

“Sekarang kami juga melayani pesanan lewat WhatsApp. Kalau pelanggan tidak sempat datang, barang bisa kami antar atau bayar di tempat. Cara seperti ini lumayan membantu supaya pelanggan tidak pindah ke toko online.” (Wawancara Awal, 5 September 2025).

Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian di berbagai daerah yang menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha pedagang tradisional sangat ditentukan oleh kemampuan adaptasi mereka terhadap dinamika persaingan pasar lokal. Kusuma dan Putra (2024) dalam kajiannya mengenai dinamika usaha mikro pada pedagang pasar tradisional menemukan bahwa tekanan persaingan pasar mendorong pedagang untuk mengandalkan hubungan sosial dengan pelanggan, peningkatan kualitas layanan, serta inovasi sederhana dalam praktik berdagang sebagai strategi bertahan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa modal sosial dan kemampuan beradaptasi menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing usaha mikro di tengah perubahan struktur pasar yang semakin kompetitif.

Temuan di atas juga diperkuat oleh penelitian Prasojo dan Hidayah (2023) yang mengkaji proses adaptasi pedagang tradisional terhadap perkembangan teknologi digital di Pasar Lama Kota Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang tidak serta-merta meninggalkan pola perdagangan konvensional, melainkan melakukan adaptasi bertahap melalui pemanfaatan teknologi digital yang diperkenalkan oleh lingkungan sosial terdekat, seperti pelanggan, kerabat, dan rekan sesama pedagang. Proses adaptasi tersebut meliputi tahap pengenalan, penambahan, penyesuaian, hingga penemuan dan inovasi, di mana pedagang mengombinasikan layanan tatap muka dengan penggunaan media digital sebagai strategi mempertahankan dan mengembangkan usaha. Temuan ini menegaskan bahwa adaptasi pedagang terhadap disrupsi digital bersifat sosial dan kultural,

bukan semata-mata teknologis, serta sangat bergantung pada jaringan kepercayaan dan relasi sosial yang telah terbentuk sebelumnya (Prasojo & Hidayah, 2023).

Komunikasi interpersonal antara pedagang dan pelanggan juga menjadi aspek yang memperkuat modal sosial. Penelitian di Kabupaten Bireuen menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat dijaga melalui komunikasi yang empatik dan hubungan yang berbasis kepercayaan. Dalam masyarakat yang masih kental dengan budaya kekeluargaan, komunikasi tatap muka memiliki nilai strategis dalam mempertahankan pelanggan tetap (Maihani dkk., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan hubungan modal sosial dengan kinerja ekonomi secara umum atau membahas strategi bertahan pedagang tanpa menelaah secara mendalam peran inovasi sosial dalam konteks lokal. Selain itu, penelitian mengenai strategi bertahan pedagang pakaian di Kecamatan Kota Juang masih relatif terbatas, terutama yang mengkaji keterkaitan antara modal sosial dan inovasi dalam menghadapi persaingan *e-commerce*. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji bagaimana pedagang pakaian di Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen memanfaatkan modal sosial dan inovasi sebagai strategi bertahan di tengah persaingan *e-commerce* yang semakin intens.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul **“Strategi Bertahan Pedagang Pakaian dalam Menghadapi Persaingan dengan *E-Commerce* (Studi Kasus di Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pedagang Pakaian memanfaatkan modal sosial untuk bertahan di tengah persaingan dengan *e-commerce*?
2. Bagaimana bentuk inovasi yang dilakukan pedagang Pakaian agar tetap mampu bersaing di era digital?

## **1.3 Fokus Penelitian**

1. Pemanfaatan modal sosial oleh pedagang pakaian di Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen, yang meliputi kepercayaan, jaringan sosial, dan norma timbal balik dalam membangun serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan sebagai strategi bertahan di tengah persaingan dengan *e-commerce*.
2. Bentuk-bentuk inovasi sosial yang dilakukan pedagang pakaian dalam menyesuaikan pola pelayanan, komunikasi, dan cara berdagang guna mempertahankan keberlangsungan usaha serta meningkatkan daya saing di era perdagangan digital.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pedagang Pakaian dalam memanfaatkan modal sosial untuk bertahan di tengah persaingan dengan *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk inovasi yang dilakukan pedagang Pakaian agar tetap mampu bersaing di era digital.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian sosiologi ekonomi, khususnya mengenai peran modal sosial dan inovasi sosial dalam mempertahankan eksistensi pedagang tradisional di era digital. Hasil penelitian ini dapat memperkaya teori tentang hubungan antara jaringan sosial, kepercayaan, dan kreativitas dalam menghadapi perubahan struktur ekonomi akibat perkembangan *e-commerce*.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireuen untuk memperkuat strategi bertahan melalui pemanfaatan modal sosial dan penerapan inovasi sederhana yang sesuai dengan konteks lokal. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis sosial dan inovatif. Serta jadi ajang latihan bagi peneliti dalam mempraktekkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.