

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi bertahan pedagang pakaian dalam menghadapi persaingan dengan *e-commerce* di Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen. Perkembangan *e-commerce* telah mengubah pola konsumsi masyarakat dan menimbulkan tekanan terhadap pedagang tradisional, sehingga diperlukan strategi adaptasi agar usaha tetap bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pedagang pakaian memanfaatkan modal sosial serta bentuk inovasi yang dilakukan dalam menghadapi persaingan di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan Teori Modal Sosial. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Kota Juang, Kabupaten Bireuen. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan informan pedagang pakaian, karyawan toko, dan konsumen. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bertahan pedagang pakaian dilakukan melalui pemanfaatan modal sosial yang meliputi kepercayaan, jaringan sosial, serta norma dan solidaritas antar pedagang. Kepercayaan menjadi faktor utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, sementara jaringan sosial berperan dalam memperoleh informasi dan sumber daya usaha. Selain itu, pedagang juga melakukan inovasi sebagai bentuk adaptasi, seperti pemanfaatan media sosial, penerapan strategi *hybrid (offline dan online)*, serta peningkatan kualitas pelayanan sebagai diferensiasi dari *e-commerce*. Namun, keterbatasan literasi digital dan akses teknologi menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa modal sosial dan inovasi sosial menjadi strategi utama dalam mempertahankan eksistensi pedagang pakaian di tengah disrupsi *e-commerce*. Meskipun demikian, diperlukan peningkatan kemampuan digital agar pedagang dapat beradaptasi secara lebih optimal terhadap perkembangan ekonomi digital.

Kata Kunci: Strategi Bertahan, Modal Sosial, Inovasi Sosial, Pedagang Pakaian, *E-Commerce*.