

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modernisasi tentu saja *fashion* menjadi salah satu kepentingan dalam gaya hidup manusia. *Fashion* menunjukkan karakteristik dalam diri seseorang. Berbagai gaya dan model telah dikeluarkan oleh para pencipta *fashion*, baik dalam segi pakaian maupun aksesoris, kepentingan *fashion* dalam kehidupan sekarang sangat berpengaruh. Kini penampilan menjadi bahan utama yang dilihat dalam keadaan apapun. Oleh karena itu orang-orang zaman sekarang berlomba-lomba dalam gaya hidup *fashion* masing-masing, seperti pada para remaja, ibu-ibu, anak-anak, pria ataupun wanita, baik usia muda maupun usia tua, tidak memandang umur dan jenis kelamin.

Berbagai upaya yang dilakukan pencipta *fashion* pakaian dalam menyebarkan dan mengenalkan gaya-gaya *fashion*, melewati berbagai macam cara seperti melewati sosial media. Di era digital yang semakin maju ini juga dapat mempengaruhi perkembangan zaman yang semakin pesat. Hampir semua aktifitas kini menggunakan digital, berkembang pesatnya mempengaruhi terhadap berbagai aspek baik dalam teknologi, sosial, budaya, politik, ekonomi, contohnya kepada para pedagang konvensional.

Teknologi digital merupakan suatu perkembangan yang dimana ini sudah tidak memerlukan lagi tenaga dari manusia (manual). Namun digital ini berjalan dengan otomatis dengan pengaplikasian yang dilakukan dengan menggunakan komputer, *laptop*, *handphone* dan juga alat teknologi lainnya. Teknologi digital menjadi salah satu alat yang berpengaruh bagi manusia yang dapat memberikan manfaat sehingga manusia dapat melakukan aktivitasnya dengan kompleks, fleksibel dan menjadi suatu yang dibutuhkan dalam kehidupan manusia.¹ Teknologi juga dapat membawa dampak positif bagi seorang pebisnis dalam usaha *online*, jika mereka dapat mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih ini.

¹ Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, *Digital Marketing*, (Purwokerto : Pena Perseda, 2020), hal 12.

Pada perkembangan teknologi ini banyak sekali dampak yang terjadi, baik dampak positif ataupun dampak negatif bagi kehidupan manusia, contoh dari dampak positifnya yaitu dapat memudahkan manusia dalam memberikan informasi juga membawa informasi lewat media ataupun digital. Di zaman ini, teknologi dijadikan berbagai upaya dalam menjalankan kehidupan seperti banyaknya masyarakat yang kini beralih profesi menjadi pedagang di media sosial, karena menurut berbagai informasi dan cerita yang di dengar dari kehidupan masyarakat maupun melihat di sosial media. Di era digital ini para pedagang di sosial media untungnya lebih banyak dibanding pedagang-pedagang yang ada di pasar sejak lama. Bahkan pedagang yang baru membuat bisnis di sosial media penghasilannya melebihi orang yang bekerja di kantor ataupun karyawan di suatu perusahaan.

Kini banyak sekali masyarakat yang berprofesi menjadi seorang pebisnis baik dalam bidang *fashion* pakaian maupun bidang bidang lainnya seperti kecantikan, alat elektronik, dan lain sebagainya. Kemajuan dari teknologi kini banyak dimanfaatkan oleh manusia untuk menjalankan bisnis demi mendapatkan keuntungan yang memuaskan hasilnya. Di media sosial sudah tersebar berbagai bisnis *fashion* dan banyak sekali model-model yang dikeluarkan oleh pebisnis untuk menarik *customer* dalam bertransaksi atau membelinya, kini banyak sekali masyarakat yang mempunyai bisnis di sosial media khususnya pada aplikasi aplikasi yang sudah dibuat atau dapat disebut dengan *E-Commerce*. Banyak sekali toko *fashion* yang dimana penjualannya sudah sangat maju dan bahkan menghasilkan penghasilan yang besar setiap harinya, tentu saja itu membawa keberuntungan bagi mereka yang mempunyai bisnis itu, tetapi dibalik itu semua mereka juga pasti pernah mengalami kegagalan terlebih dahulu yang kini membuahkan hasil maksimal dalam penjualannya.

Tetapi disisi lain dengan adanya perkembangan teknologi justru membawa dampak yang negatif bagi beberapa pihak salah satunya yang terdampak yaitu para pedagang konvensional di Pasar, ataupun kepada para pedagang yang mempunyai toko *offline store*, mereka sangat terdampak

kehidupannya bahkan bisa berubah hingga 180 derajat dari kehidupan sebelumnya, dengan berbagai keluhan dari mereka, biasanya setiap hari sebelum berkembangnya aplikasi *online*, toko-toko selalu rame dikunjungi oleh pembeli, kini setelah maraknya toko-toko *online* bisa saja para pedagang seharian tidak ada yang berkunjung atau membeli. Tidak hanya dipasar-pasar biasa namun di mall besar saja kini sudah jarang pengunjung yang membeli produk para pedagang disana, karena kebanyakan orang-orang khususnya para remaja membeli produk *fashion* itu di mall atau di sosial media.

Berdagang tentunya sudah sering kali kita dengar dan temui di berbagai daerah dan ada dimanapun. Salah satu tempat berdagang yang sering kita temui yaitu di super market, di mall, ataupun di pasar. Berdagang merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan cara jual beli antar individu ataupun kelompok, biasanya jual beli terjadi karena adanya kesepakatan antara keduanya dan adanya keinginan pembeli untuk membeli barang ataupun dagangan yang di jual oleh pedagang. Di dalam agama Islam berdagang dianggap sebagai ibadah atau dalam bahasa arabnya yaitu disebut dengan *muamalah* yang berarti merupakan sebuah interaksi sosial yang dilakukan oleh manusia antar individu atau kelompok yang dimana interaksi itu dilakukan dengan sesuai syariat Islam, dikarenakan seorang manusia itu tidak dapat hidup sendiri di dunia ini atau tidak dapat berdiri sendiri, harus ada bantuan dari orang lain, maka dari itu hidup manusia diatur dengan sesuai syariat islam, yang terdiri dari hak-hak dan kewajiban yang dilakukan manusia.

Pasar adalah sebuah tempat yang didalamnya terdapat berbagai produk ataupun dagangan yang dijual oleh pedagang dan dibeli oleh pembeli, pasar juga merupakan tempat untuk bertransaksi barang dan jasa, pasar merupakan salah satu tempat untuk mencari rezeki bagi pedagang. Pasar merupakan suatu tempat jual beli barang, makanan, pakaian, dan kebutuhan pokok lainnya, yang dimana jumlah barang yang dijualnya itu lebih dari satu, pasar juga dapat

disebut sebagai pusat perbelanjaan bagi masyarakat, baik pasar tradisional, mall, plaza, dan lain sebagainya.²

Peristiwa transaksi melewati berbagai situs *online* dan aplikasi pada sosial media (*E-Commerce*) kini sedang hangat-hangatnya diperbincangkan dari berbagai kalangan masyarakat. Tidak memandang siapapun kini masyarakat kurang mampu dan masyarakat yang kaya pun tertarik dengan perkembangan perdagangan di berbagai media sosial, yang sudah kita ketahui awalnya media sosial itu hanya digunakan untuk mencari informasi ataupun alat untuk berkomunikasi ataupun hiburan semata, namun seiring dengan berkembangnya zaman dan kemajuan dari teknologi semakin pesat. Kini media sosial pun banyak digubakan berbagai kalangan untuk bisnis, berbagai bisnis mereka lakukan seperti banyaknya pedagang yang kini menjual pakaian, *accecoris*, ataupun makanan merekapun menjualnya lewat *online*.

E-Commerce merupakan persebaran, penjualan, pembelian, dan pemasaran suatu barang dan jasa dengan melewati teknologi seperti alat modern handphone, laptop, komputer, dan juga berbagai jaringan maupun aplikasi yang disediakan oleh internet. Dengan sistem yang lebih mudah dalam bertransaksi, maka dai itu banyak sekali peminat untuk jual beli online ini, keuntungan yang besar bagi penjual bahkan omset mereka sebulan bisa tembus hingga milyaran, sedangkan keuntungan bagi pembeli atau *customer online* yaitu harga jual yang terjangkau sehingga pembeli menjadi tertarik dan tidak hanya harga jual yang terjangkau, pembelian melewati online banyak sekali *voucher* yang didapatkan hingga *voucher* 50% pun ada, maka itu semakin menarik pembeli untuk membeli barang di online.

Kemajuan teknologi banyak merubah kehidupan para pedagang konvensional, yang kini banyak sekali pelanggan dari pasar pasar konvensional yang tadinya banyak sekali pembeli yang berlangganan bahkan di pasar kebanyakan pembeli yang membeli barang sekaligus banyak karena untuk dijual kembali, atau biasanya mereka adalah pedagang warung di daerah

² Santoso, *Revitalisasi Pasar Johar Semarang dengan pendekatan Arsitektur Indische*. Skripsi S-1, (Yogyakarta : Skripsi Universitas Atma Jaya, 2017).

tempat tinggalnya, ini biasa membeli ke pasar grosiran yang harganya jauh lebih murah, tetapi dengan perkembangan teknologi, aplikasi *online* sangat mempengaruhi banyak bagi pedagang pasar, pelanggan yang mulai berkurang juga pendapatan yang semakin menurun karena berlarian ke transaksi secara online, peminat yang semakin banyak semakin mendorongnya perkembangan *E-Commerce* khususnya di negara kita Indonesia sehingga menimbulkan kemunculan aplikasi-aplikasi baru di internet yang semakin banyak digunakan oleh para pedagang dalam bertransaksi *online*. Salah satu aplikasi yang kini paling banyak dikenal dan diminati oleh para kalangan khususnya oleh para remaja baik wanita maupun pria, bisa dikatakan hampir semua remaja menggunakan aplikasi tiktok, karena aplikasi itu menurut pembuktian di lingkungan masyarakat. Aplikasi tiktok itu sangat bermanfaat bagi hiburan dan sekaligus bisa bertransaksi dengan harga yang jauh lebih murah disana, sehingga seiring berjalannya waktu media internet itu semakin dikenal dan tersebar luas, persentase pengguna transaksi *online* dari tahun ketahun semakin bertambah apalagi pada saat terjadinya pandemi Covid 19.

Dengan berbagai permasalahan dan juga peristiwa yang sudah terjadi akibat adanya perkembangan teknologi di era modern ini, banyak strategi marketing atau berbagai strategi bisnis yang dilakukan oleh *entrepreneur* demi mencapainya suatu tujuan mereka dalam dunia bisnis. Berbagai upaya yang dilakukan dan juga peningkatan produktivitas dilakukan dalam menjalankan kelancaran bisnisnya untuk memperthankan perjalanan keberlangsungan kehidupan mereka. Persaingan antara pedagang kini semakin bergejolak akibat dari perkembangan teknologi yang membuat para pedagang pasar konvensional merasa terancam dan sedang berada di titik rugi bahkan tidak ada keuntungan yang mereka dapatkan, ada saja yang kini sudah merasakan bangkrut bisnisnya, tetapi hal itu kembali kepada pembawaan sikap dan juga usaha dari pedagang itu sendiri.

Sebagai pedagang harus selalu berikhtiar dalam menjalankan usahanya tapa merugikan pihak manapun dan harus percaya bahwa rezeki sudah ada yang mengatur hanya saja manusia yang harus berusaha dalam

menjalankannya, karena sejatinya usaha makhluknya tidak akan mengkhianati hasil daripada usaha yang telah dilakukan, bukan berarti ada kegagalan itu menjadi rasa kekecewaan pedagang dan tidak mau berusaha lagi.

Hadirnya *E-Commerce* yang mengakibatkan banyaknya para pedagang konvensional menjadi terancam dan rawan penurunan omset pendapatan, maka dari itu banyak sekali tindakan yang harus dilakukan oleh pasar konvensional demi bertahan hidup dan meningkatkan produktivitas bisnisnya agar tidak terdampak oleh adanya kemajuan *E-commerce*. Meskipun tidak gampang bersaing dengan sosial media yang kini sudah sangat maju dan berkembang, sebagai jiwa pembisnis tentunya pasar-pasar konvensional harus kreatif akan penjualannya demi menarik kembali pelanggan. Beberapa contoh yang harus dilakukan pasar konvensional untuk mempertahankan bisnisnya adalah dengan cara-cara tertentu seperti harga barang yang murah dan terjangkau, dikarenakan kebanyakan konsumen yang mengakui bahwa harga penjualan di sosial media jauh lebih murah dibandingkan di pasar pasar *offline*.

Sehubungan dengan hal itu, sebaiknya itu menjadikan motivasi bagi pedagang konvensional, khususnya para Pedagang di Pasar Kembar Kota Bandung, untuk menurunkan harga jualnya, hal tersebut juga dapat mengundang para pengunjung untuk membeli produk di Pasar, dengan prinsip laku banyak walaupun untung sedikit daripada tidak laku sama sekali dikarenakan harga yang terlalu mahal, karena itu adalah salah satu alasan yang paling utama *customer* dalam bertransaksi. Terancamnya bangkrut pasar konvensional kini pemerintah pun ikut turun tangan atas berbagai keluhan dari masyarakat yang berjualan di pasar-pasar, salah satu upaya yang dilakukan pemerintah yaitu yang terjadi di Kota Bandung. Pemerintahan Kota Bandung melakukan pemberian subsidi kepada pasar konvensional dengan memfasilitasi *wifi* di dalam pasar supaya pedagang di pasar dapat mempromosikan dagangannya melewati sosial media, agar tidak terdampak arus dan terjadi hal yang tidak diinginkan seperti bangkrutnya sebuah usaha.

Dengan cara memfasilitasi jaringan internet itu diharapkan dapat membantu setidaknya dapat memberikan dampak yang baik kedepannya bagi

pasar pasar konvensional dengan tetap berbisnis secara produktif dan mengikuti sesuai dengan alur zaman di era digital sekarang, dan beberapa larangan dari pemerintah pun dikeluarkan dan di umumkan di internet. Pemerintah melarang adanya masuk barang barang impor dari luar negeri dikarenakan kebijakan ini di adakan untuk mencegah adanya kerugian di negara dan dapat berdampak buruk terhadap perkembangan produk lokal. Maka dari itu, di sosial media dan di berbagai aplikasi *ollshop* sekarang sudah tidak bisa bertransaksi barang yang di produksi dari luar negeri, karena untuk menciptakan perkembangan dan kemajuan barang barang lokal dan dapat dikenal oleh banyak orang bahkan lebih bagus barang lokal dapat menjadi go internasional.

Tidak kalah bagus, produk lokal kini banyak sekali yang bahkan kualitasnya bisa di bilang melebihi kualitas produk luar, hanya saja kebanyakan produk lokal tidak banyak di lirik masyarakat, karena kebanyakan masyarakat khususnya bagi remaja sekarang lebih tertarik kepada produk-produk luar negeri, salah satu faktornya kebanyakan remaja mengidolakan artis-artis dari luar negeri, terutama *boy band* dan *girl band* dari luar negeri. Memahami kemajuan di era digital ini tentu sangat diharuskan oleh pedagang konvensional khususnya dalam memasarkan produk dan bisnisnya, dengan mengembangkan *skill* dan strategi penjualan itu harus dilakukan demi meningkatkan produknya.

Target pemasaran pedagang merupakan hal yang harus diperhatikan dalam bertransaksi jual beli, target pemasaran harus mengikuti keinginan para pembelinya, dikarenakan zaman sekarang semakin maju dan berkembang oleh teknologi maka mau tidak mau pasar konvensional harus mengikuti cara berdagang zaman sekarang, contohnya target penjualan kepada anak-anak remaja, sebagai pebisnis harus pintar menstrategikan penjualan dengan melihat bagaimana perkembangan penjualan di era digital ini, khususnya bagi para pedagang yang terkena dampaknya. Salah satu pasar yang terkena dampak dari *E-commerce* yaitu Pasar Kembar Kecamatan Regol yang berada di Kota Bandung, yang dulunya pasar ini selalu ramai pengunjung bahkan selalu macet karena memang padat pembeli sampai keluar jalan, bahkan hari-hari biasa pun

pasar selalu penuh dan laris, terutama di waktu pagi hari. Salah satu pengunjung yang banyak yaitu masyarakat yang berdagang juga di lingkungan tempat tinggalnya, ada pula yang membeli produk pakaian atau *fashion* yang dimana dibeli hingga berbagai macam produk dan biasanya para pebisnis membeli dengan harga grosir dan membeli produk sekaligus banyak, produk yang dibeli untuk dipasarkan dan kebanyakan penjual juga membuat sistem kredit atau sistem cicilan baik perbulan maupun perminggu, hal tersebut akan mendapatkan untung banyak bagi penjualnya. Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman yang semakin modern dan canggih dalam segala hal, kini Pasar Kembar pun terdampak dari fenomena ini.

Semakin hari semakin sepi penjualan dan juga mengurangnya pengunjung, yang biasanya pasar di buka hingga sore hari, kini pasar kembar buka hanya setengah hari bahkan sebelum jam 12 pun pasar sudah terlihat sepi dan toko-toko sudah banyak yang tutup. Para pedagang tentunya mengalami penurunan pendapatan dan bermasalah dalam kebutuhan ekonominya, dan bahkan ada beberapa toko yang sudah bangkrut usahanya dan memilih untuk membuka usaha lain.

Ruang lingkup dalam penelitian ini, dengan menarik objek penelitian yang meliputi perkembangan serta kehidupan para pedagang khususnya pada pedagang konvensional yang berlokasi di salah satu pasar yang ada di Kota Bandung yaitu Pasar Kembar Kecamatan Regol. Objek penelitian ini berfokus kepada keadaan ekonomi yang dihadapi para pedagang di zaman sekarang ini. Karena akibat dari fenomena ini banyak sekali para pedagang konvensional yang terkena dampaknya. Faktor yang menjadi penyebab dari segala masalah yang di alami oleh pedagang konvensional yaitu karena berkembangnya dan semakin maju teknologi yang membuat bermunculannya pedagang baru yang membuka berbagai bisnis di media sosial khususnya pada bidang fashion dan kecantikan yang banyak di minati oleh remaja, maka dari itu salah satu penyebab dari penurunan pendapatan dan semakin terancam kesejahteraan para pedagang lama yang berdagang di pasar secara *offline* (pedagang konvensional).

Alasan mengapa mengambil Pasar Kembar Kecamatan Regol di Kota Bandung tersebut karena pasar tersebut merupakan salah satu pusat dari Pasar di Kecamatan Regol, yang dimana kebanyakan para warga membeli kebutuhan sehari harinya di pasar tersebut. Selain itu juga lokasi pada pasar tersebut strategis di pinggir jalan, dan setelah melakukan prasurvey ternyata pasar tersebut belum ada yang melakukan penelitian dengan permasalahan seperti yang peneliti angkat. Setelah melakukan diskusi singkat dengan para pedagang ternyata memang benar kebanyakan diantara para pedagang mereka terdampak dengan adanya market *online*. Yang melatar belakangi adanya penelitian yang sedang dilakukan, berkaitan dengan permasalahan yang telah dipaparkan di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti dan mengetahui berbagai informasi dari fenomena tersebut. Peneliti mengamati bagaimana persaingan dalam bidang *fashion* antara kedua pasar yaitu pada pedagang konvensional dengan *E-commerce*. Peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul **“Dinamika Pesaingan Dalam Industri Fashion Antara Pedagang Konvensional Dengan *E-Commerce* Pada Pedagang Pasar Kembar Kecamatan Regol Kota Bandung”**. Untuk meneliti dan membawa informasi bagaimana persaingan pasar konvensional terhadap perkembangan di era digital ini khususnya yang berada di Pasar Kembar Kecamatan Regol Kota Bandung dan apa saja upaya yang dilakukan pasar tersebut dalam memasarkan produknya.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka masalah-masalah dari penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana persaingan yang dialami antara Pedagang Pasar Kembar Mas dengan *E-Commerce* ?
2. Bagaimana dampak yang terjadi pada Pedagang Konvensional di Pasar Kembar akibat dari faktor perkembangan *E-commerce* ?

3. Bagaimana upaya yang dilakukan pedagang konvensional di Pasar Kembar dalam bersaing dan mempertahankan usahanya di dalam industri *fashion* dengan para pedagang *E-commerce* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada pertanyaan perumusan masalah di atas, peneliti memiliki tujuan dalam membuat penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana persaingan antara kedua pedagang, Pasar Konvensional dan *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui apa dampak yang dialami oleh para pedagang Pasar Konvensional akibat dari semakin berkembangnya *E-commerce*.
3. Untuk mengetahui informasi lebih jelas lagi mengenai upaya-upaya yang dilakukan oleh para Pedagang Konvensional dalam menghadapi fenomena persaingan antar pedagang di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian tentu saja penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi dan akan memberikan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti, maka dari itu berikut beberapa manfaat yang terbagi menjadi 2 bagian, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dedikasi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang sosial masyarakat, khususnya pada bidang sosiologi yang berkaitan dengan sosial ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat, dan juga perencanaan serta pemberdayaan masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan dalam mengembangkan penelitian yang lebih luas lagi mengenai persaingan anatara kedua pedagang (pedagang konvensional dan pedagang yang mempunyai bisnis melalui *E-commerce*).

3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang akan meneliti penelitian yang hampir sama, dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan juga solusi bagi para pedagang konvensional yang terdampak, agar menjadi pembelajaran dalam dunia bisnis, dan juga memberikan manfaat bagi pembaca.
2. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat mengubah nasib para pedagang dan juga dapat mengoptimalkan dalam produktivitas persaingan antar pedagang, khususnya pada pedagang konvensional.
3. Manfaat tersendiri bagi peneliti dapat mempunyai pengalaman baru dan juga mendapatkan ilmu baru yang dapat dijadikan pelajaran hidup.

1.5 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti menautkan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, lalu dibuat secara ringkas, dengan dilakukannya tahap ini, maka peneliti akan mendapatkan beberapa informasi sejauh mana keaslian penelitian yang akan dilakukan ini.

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh Dian Sukma Dewi (2018) dengan judul **“Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)”**.³

Jenis pada penelitian ini adalah *Field Research* atau dapat diartikan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan ini suatu metode dalam penelitian yang dimana untuk dapat menemukan secara realitas apa saja yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat itu terkait permasalahan penelitiannya. Penelitian ini memakai metode kualitatif atau secara deskriptif, penelitian

³ Dian Sukma Dewi, *“Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur)”*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Kab. Lampung, (2018).

ini dilakukan dengan mengambil dan mencari berbagai informasi lewat hasil observasi dan wawancara ke lapangan langsung, yang dimana lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur.

Perbedaan antara penelitian terdahulu yaitu di dalam penelitian terdahulu dilakukan di pasar yang terletak di luar Kota Bandung, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan di Pasar Kembar Kota Bandung, lalu pada penelitian terdahulu lebih mengkhususkan kepada dampak dari munculnya pasar modern sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan ini merujuk kepada persaingan antar pedagang, yang dimana pada penelitian ini lebih memfokuskan antara persaingan pasar konvensional dengan pasar yang melalui *E-commerce*. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji mengenai penurunan pendapatan yang dihadapi oleh pasar konvensional akibat faktor perkembangan pasar modern.

2. Penelitian yang telah dilakukan oleh Melindasari (2018) dengan judul **“(Persaingan Usaha Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Waralaba Di Kecamatan Puger Kabupaten Jember Dalam Perspektif UUD No. 05 Tahun 1999 dan Regulasi Regulasi Lain)”**.⁴

Pendekatan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif (*field research*) atau dapat diartikan dengan penelitian lapangan. Pendekatan kualitatif pada penelitian ini merujuk pada suatu prinsip yang melandasi mewujudnya satuan gejala yang telah terjadi di lingkungan masyarakat, ataupun menanalisis berbagai pola gejala dari interaksi sosial budaya dengan cara memakai kebiasaan budaya dari kehidupan masyarakatnya. Metode dari penelitian ini memakai data juga berbagai informasi yang telah didapatkan dari berbagai pihak, penelitian ini dilakukan di pasar tradisional dan pasar modern waralaba di Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Jenis dari penelitian ini menggunakan hukum empiris yang dimana berguna untuk mengetahui bagaimana hukum hukum dalam perdagangan atau bertransaksi

⁴ Melindasari “(Persaingan Usaha Pasar Tradisional Dengan Pasar Modern Waralaba Di Kecamatan Puger Kabupaten Jember Dalam Perspektif UUD No. 05 Tahun 1999 dan Regulasi Regulasi Lain)”. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Jember, (2018).

sesuai dengan jalurnya dan juga agar peneliti dapat mengetahui bagaimana saja bentuk dari persaingan usaha.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah praktik dari persaingan sebuah usaha yang terjadi antara pasar tradisional dengan modern, yang dimana pada penelitian ini dilakukan perbandingan dalam strategi bisnisnya dan pelayanannya, terdapat banyak perbedaan antara keduanya, peneliti ini melakukan observasi di pasar tradisional yang berada di Kecamatan Puger Kabupaten Jember sedangkan observasi pada pasar modern dilakukan di minimarket seperti alfamart dan indomart. Pada penelitian ini menghasilkan sejumlah informasi diantaranya yaitu tempat, kenyamanan pada tempat berbeda antara minimarket dengan pasar tradisional, lalu dari segi harga cukup berbeda, tentunya di minimarket lebih mahal dibandingkan pasar biasa, karena biasanya minimarket meninggikan harga karena mereka harus membayar pajak kepada pemerintah dan juga biasanya kualitas barang di minimarket tertata dan terjaga dengan baik, sehingga harga untuk barang berbeda, dan juga permasalahan antara perdagangan kedua pasar ini yang utama ada pada kualitas produknya.

Perbedaan antara penelitian terdahulu yaitu di dalam penelitian terdahulu mengaitkan dengan Undang-Undang, dan juga penelitian terdahulu dilakukan di pasar tradisional dan minimarket, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan ini dibuat dengan meneliti pasar tradisional dan *E-commerce*, keduanya sama meneliti pasar konvensional dan modern namun pada penelitian terdahulu pasar modern nya dilakukan secara *offline*, berbeda dengan penelitian ini dilakukan dengan pasar modern yang usahanya melalui sosial media (*online*). Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai persaingan dalam dunia bisnis atau usaha pada pasar, juga penelitiannya dilakukan dengan metode yang sama yaitu memakai metode kualitatif deskriptif.

3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Dhia Farhanah (2022) dengan judul **“(Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional Di Tengah**

Maraknya Belanja *Online* (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Rakyat Sungguminasa Kabupaten Gowa)”⁵

Pada penelitian ini metode yang digunakan sama dengan penelitian terdahulu sebelumnya, yaitu metode kualitatif (*Field Researc*) atau dapat diartikan dengan penelitian lapangan. Penelitian lapangan ini suatu metode dalam penelitian yang dimana untuk dapat menemukan secara realitas apa saja yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat itu. Pada penelitian ini pendekatan menggunakan pendekatan sosiologis yang merupakan pendekatan yaang dimana objeknya itu menyangkut individu atau masyarakat. Pendekatan ini dilakukan untuk mengetahui apa saja dampak yang ditimbulkan setelah terjadinya fenomena maraknya belanja online. Teknik yang digunakan oleh penelitian ini yaitu *purposive sampling*, yang dapat diartikan sebagai pengambilan suatu sampel dengan cara mempertimbangkannya, yang dianggap mempunyai informasi terkait permasalahan penelitian tersebut dengan cara melakukan wawancara.

Kesimpulan pada penelitian terdahulu ini bahwa dampak dari munculnya pasar *online* bagi Pasar konvensional yaitu sangat mempengaruhi pendapatan para pedagang konvensional yang dimana sebelumnya omset para pedagang pasar perharinya sangat besar, kini karena semakin banyak dan berkembangnya pasar *online* tidak hanya pendapatan yang menurun bahkan pelanggan pun sudah jarang mengunjungi toko-toko di pasar, maka dari itu adanya Pasar *online* sangat mempengaruhi ara pedagang konvensional yaang sudah merintis dan terjun kedalam bisnis juga usahanya sejak lama.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang diteliti ini yaitu, dimana penelitian terdahulu memfokuskan kepada cara dan strategi para pedagang dalam usahanya, selain itu lokasi yang diteliti juga tentunya berbeda yang dimana penelitian terdahulu dilakukan di Pasar Rakyat

⁵ Dhia Farhanah “(*Strategi Bertahan Hidup Pedagang Konvensional Di Tengah Maraknya Belanja Online (Studi Kasus Pedagang Di Pasar Rakyat Sungguminasa Kabupaten Gowa)*”. Jurusan Sosiologi Agama, Kab.Gowa, (2022).

Sungguminasa Kabupaten Gowa, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan ini berlokasi di Pasar Kembar Kecamatan Regol Kota Bandung, namun persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu dimana penelitian ini membahas mengenai kehidupan realitas para pedagang setelah menghadapi permasalahan dalam usahanya semenjak adanya sosial media yang semakin menyebar di era digital sekarang atau dengan kata lain disebut *E-commerce*.

4. Penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Lailul Rahmania (2023) dengan judul **“(Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi Pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk)”**.⁶

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang turun langsung kelapangan atau biasa disebut dengan (*field research*), penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara langsung terjun ke lapangan yang dilakukan di Pasar Warujayeng Nganjuk, yang dimana narasumbernya itu para pedagang pasar, pembeli dan pengunjung, juga dinas pasar. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu metode yang jenis penelitiannya tidak dapat dihasilkan oleh statistik atau angka hitungan, melainkan dengan perolehan yang lebih deskriptif atau analisis. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer (data yang dihasilkan melewati wawancara narasumber yang sudah ditentukan), dan data sekunder (data yang digunakan mendukung dari data primer seperti pencarian informasinya melewati sumber buku, majalah, internet, dan lain sebagainya).

Kesimpulan dari penelitian terdahulu ini adalah dimana bentuk persaingan yang terjadi di pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk ini merujuk pada harga jualnya, kualitas produk, tempat dan lokasi yang strategis, juga kapasitas produknya banyak dan lengkap, dan juga berdasarkan analisis dari SWOT yang telah dilakukan oleh peneliti, maka strategi dari persaingan antar pedagang tradisional di era digital ini meliputi kepada pelanggan pedagang, meningkatkn kualitas perdagangan, produktivitas yang

⁶ Nur Lailul Rahmania *“(Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi Pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk)”*. Jurusan Sosiologi, Kab.Nganjuk,(2023).

semakin berkembang, skill dan kreatifitas, juga berbagai strateg yang dilakukan oleh pedagang. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah dimana penelitian terdahulu lebih memfokuskan kepada strategi yang dilakukan oleh para pedagang akibat adanya faktor perkembangan zaman di era digital dan juga penelitian terdahulu meneliti di pasar yang berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan ini yaitu di pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk, lalu persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah dimana sama-sama meneliti masalah yang dihadapi dari perkembangan zaman seperti turunnya pendapatan pedagang tradisional akibat dari faktor perkembangan zaman dan juga sama-sama memakai sumber wawancara.

1.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada penelitian ini yaitu mengenai dinamika persaingan dalam industri fashion antara pedagang yang dijadikan kerangka utamanya, yang meliputi kegiatan para pedagang khususnya pedagang konvensional yang terdampak oleh kemunculan *E-commerce*. Sehingga memunculkan suatu interaksi sosial dalam kegiatan berdagang antara individu ataupun kelompok, dan untuk mencapai suatu kebutuhan dan keberhasilan yang mereka inginkan dalam kehidupan ekonominya. Dari penelitian yang dilakukan ini menghasilkan rumusan masalah salah satunya yaitu realitas kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh para pedagang baik pedagang konvensional maupun pedagang yang melalui *E-commerce*. Persaingan dalam industri fashion ini dilakukan untuk menarik perhatian para customer agar membeli produk yang dijual oleh pedagang baik secara *offline* maupun *online* dengan memasarkan atau mempromosikan produknya dengan caranya masing-masing. Persaingan antara kedua pedagang dapat berjalan dengan baik jika keduanya mempunyai strategi marketing yang menarik, baik menarik pengunjung pasar ataupun menarik pelanggan di media sosial.

Dalam proses kegiatan usaha berlangsung para pedagang tentunya mempunyai metode dagangnya masing-masing sesuai dengan trik marketing yang mereka lakukan, biasanya dalam setiap pedagang mempunyai ide dan

kriteria masing masing dalam menjalani usaha untuk mencapai suatu target pemasarannya. *Skill* yang dimiliki oleh pedagang juga termasuk salah satu keutamaan dalam target marketing dan juga termasuk kedalam ide dari perusahaan, tidak hanya itu banyak cara yang harus dilakukan para pebisnis demi tercapainya suatu tujuan yang di inginkan, karena sejatinya usaha tidak akan mengkhianati hasil walaupun hasilnya tidak akan langsung terlihat, melainkan keberhasilan datang seiringnya waktu dan datang dengan alurnya asalkan sebagai pedagang dapat sabar dalam menerima sebuah hasil, demi membuahkan hasil yang maksimal. Seperti hal pemberian diskon besar besaran kepada customer, ataupun jika usaha fashion biasanya pedagang memberikan contoh dalam menggunakan produknya yang biasa disebut dengan kata *spill* atau *review* oleh remaja zaman sekarang.

Penelitian ini menggunakan teori Konflik yang dicetuskan oleh Lewis Alfred Coser pada tahun 1956. Dalam bukunya yang berjudul *The Function Of Social Conflict*. Konflik merupakan suatu perjuangan atas sebuah nilai-nilai ataupun adanya sebuah tuntutan pada status, kekuasaan, dan juga sumber daya yang bersifat langka yang bertujuan untuk menetralkan lawannya dan dapat menghilangkan persaingan.

Konflik juga merupakan suatu proses yang terjadi antar kehidupan sosial manusia yang sifatnya antagonis karena adanya ketidaksamaan pemikiran ataupun ketidaksepakatan dalam pendapat, adanya rasa emosi dan juga tindakan dengan orang lain. Selain itu konflik juga merupakan suatu perjuangan dalam memperoleh status sosial, nilai sosial dan juga memperoleh kekuasaannya, yang dimana mereka bertujuan tidak hanya ingin mendapatkan sebuah keuntungan tetapi juga untuk dapat membuat saingannya bertunduk atau mengalah atas persaingan yang dialami. Sedangkan menurut Berger dan Luckman, beliau mendefinisikan bahwa konflik itu adalah ketidaksesuaian dalam tujuannya, nilainya, serta kebutuhan atau ideologinya. Perihal tersebut dapat dikatakan bahwa konflik merupakan suatu permasalahan dan interaksi yang terjadi antara kedua belah pihak baik secara individual ataupun dapat terjadi secara berkelompok.

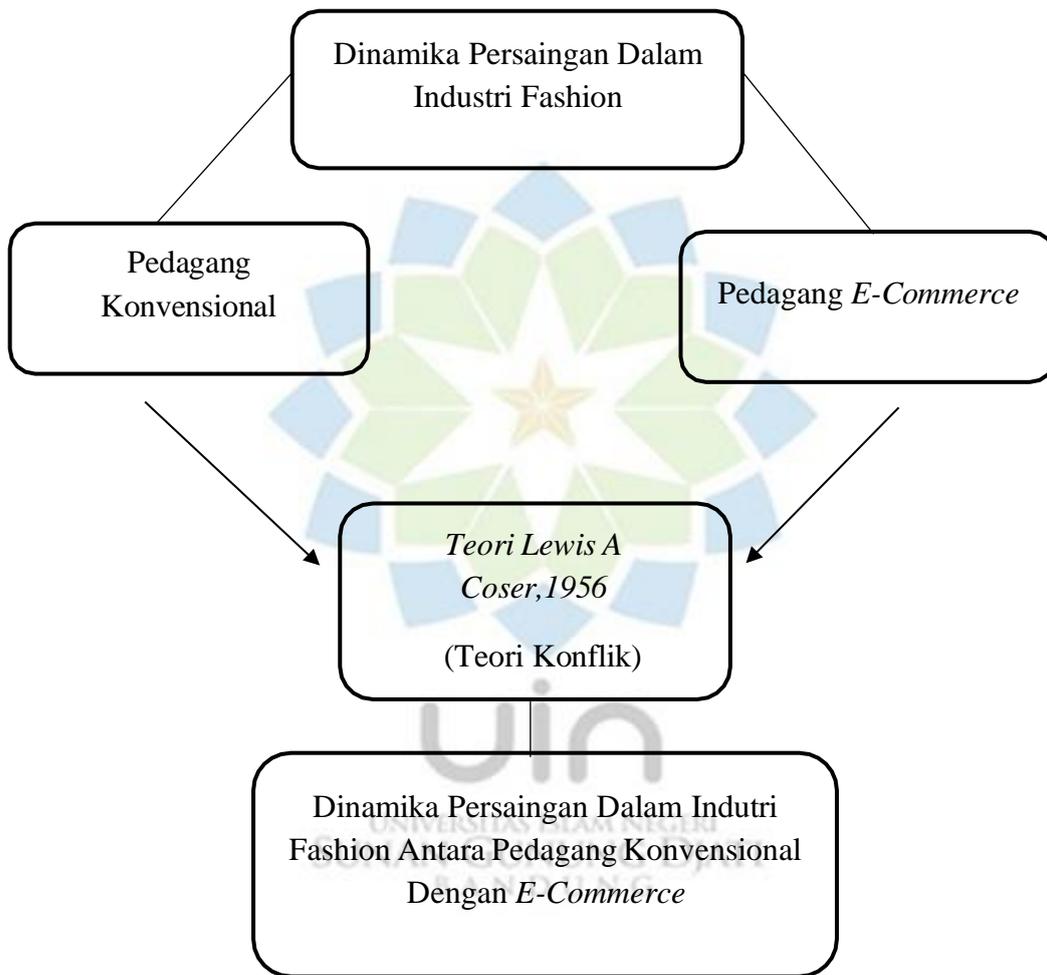
Didalam penelitian ini terdapat sebuah konflik yang bersifat persaingan antar pedagang, yang dimana mereka bersaing dalam bidang industri pada produk fashion, konflik yang terjadi karena adanya rasa ingin mendapatkan keuntungan pada suatu bisnis baik para pedagang pasar konvensional maupun para pengguna *E-Commerce*. Maka dari itu munculnya sebuah persaingan antar pedagang dikarenakan melihat perkembangan dari hari ke hari para pedagang Pasar Kembar Kecamatan Regol di Kota Bandung ini sudah banyak pedagang yang terdampak adanya kemajuan *E-Commerce*, sehingga mereka harus memutar otak dalam mengatur strategi sebaik baiknya demi mendapatkan keuntungan dan menjauhkan dari kerugian pada penjualannya. Tidak hanya itu sesuai dengan informasi yang telah di dapatkan, kebanyakan para pedagang kehilangan pelanggannya atau pembelinya yang kini berpindah dalam memilih berbelanja lewat *E-Commerce* karena mereka menganggap bahwa dengan berbelanja melewati *E-Commerce* harga jualnya lebih murah dan proses transaksi lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan di pasar.

Terkadang pembelian lewat *E-Commerce* itu banyak sekali potongan diskon dan juga voucher belanja, yang dimana hal yang membuat para customer tertarik dan lebih memilih pembelian produk melewati *online*, maka dari itu perihal tersebut yang membuat adanya persaingan yang menimbulkan berbagai dampak juga khususnya pada pedagang di pasar yang sangat terkena dampak dan efek dari semakin majunya perkembangan digital. Dampak yang di negatif dikarenakan perkembangan digital yang kebanyakan para pedagang di pasar usianya sudah tidak muda lagi, maka dari itu mereka tidak bisa mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern karena keterbatasan pengetahuan dan keahliannya terhadap teknologi.

Kebanyakan dari mereka para pedagang di pasar tidak bisa mengaplikasikan handphone atau tidak dapat menggunakannya, apalagi untuk digunakan dalam berbisnis mereka bisa dikatakan gaptek (gagap teknologi), maka dari itu sehubungan dengan masalah tersebut sebaiknya para pedagang dapat mempelajari dan lebih berinovasi lagi terhadap produk dan usahanya,

juga dapat mengikuti alur perkembangan zaman digital yang semakin maju dan canggih.

1. Skema Kerangka Berfikir



Gambar 1. 1Skema Konsep Berfikir