

Abstrak

Kemajuan pesat teknologi digital telah secara signifikan merubah berbagai aspek dalam kehidupan manusia, perubahan ini merujuk ke arah perkembangan dan inovasi dari berbagai aktivitas sehari-hari manusia, termasuk cara berbelanja. Pergeseran ini terlihat jelas dalam distribusi grosir pakaian, di mana toko fisik tradisional menghadapi persaingan yang semakin ketat dari *platform* daring. Penelitian ini bertujuan membahas faktor-faktor yang mendorong transisi ini, dengan mengeksplorasi bagaimana persepsi dari pebisnis grosir di salah satu pusat grosir terbesar se-Asia Tenggara dalam menghadapi pandemi COVID-19, perubahan regulasi pemerintah, dan dengan munculnya berbagai *platform* daring untuk berdagang. Selain itu, makalah ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi oleh bisnis pakaian grosir di era digital, serta peluang apa saja yang bisa menjadi kesempatan untuk para pebisnis grosir pakaian di pasar digital. Penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi pendekatan yang terinspirasi dari pembuatan *framework* oleh Donlevy dan Zott membahas mengenai keuntungan yang diperoleh dalam pemanfaatan *virtual market*. Meskipun penelitian yang dilakukan selaras dengan penelitian sebelumnya, namun didapatkan berbagai penemuan baru yang disesuaikan dengan fokus topik penelitian. Oleh karena itu, peneliti melakukan inovasi dengan mengembangkan *framework* baru yang diadaptasi dari dasar *framework* sebelumnya dengan tambahan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara mendalam dengan para narasumber. Penelitian juga menghasilkan pengelompokan tipologi-tipologi yang menunjukkan masing-masing karakteristik, persepsi, dan perilaku dari para pebisnis di Pusat Grosir Metro Tanah Abang sebagai data tambahan yang dapat dijadikan panduan dalam menanggapi sebuah transisi dari toko luring ke toko daring.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

Abstract

The rapid progress of digital technology has significantly changed various aspects of human life, this change refers to the development and innovation of various daily human activities, including how to shop. This shift is most evident in wholesale clothing distribution, where traditional brick-and-mortar stores face increasing competition from online platforms. This research aims to discuss the factors that drive this transition, by exploring the perceptions of wholesale businesses in one of the largest wholesale centers in Southeast Asia in facing the COVID-19 pandemic, changes in government regulations, and the emergence of various online platforms for trading. Apart from that, this paper also highlights the challenges faced by wholesale clothing businesses in the digital era, as well as what opportunities there are for wholesale clothing businesses in the digital market. This research was conducted by adopting an approach inspired by the creation of a framework by Donlevy and Zott discussing the benefits obtained from utilizing virtual markets. Even though the research carried out was in line with previous research, various new findings were obtained which were adapted to the focus of the research topic. Therefore, researchers innovated by developing a new framework that was adapted from the basis of the previous framework with additional research results obtained through in-depth interviews from the informants. This research also produced typologies that show each characteristic, perception and behavior of business people at the Tanah Abang Metro Wholesale Center as an additional data that can be used as a reference for readers.