

ANALISIS FAKTOR PERSEPSI MANFAAT DAN KEMUDAHAN DALAM ADOPSI E-RETRIBUSI PASAR: (Studi Literatur Berbasis Technology Acceptance Model Di Kota Bandung)

Author:

Dewi Nurmala Sari¹, Ajeng Kusuma Wardaning², Ayu Widowati Johannes³, Tati Sarihati⁴

Affiliasi:

Universitas Langlangbuana^{1,3,4}, Institut Pemerintahan Dalam Negeri²

Email:

nurmalasaridewi81@gmail.com¹, andaningajeng@gmail.com², ayuwidowati@ipdn.ac.id³,
sarihati.tati@gmail.com⁴

Abstrak

Digitalisasi retribusi pasar melalui sistem e-retribusi menjadi strategi kunci Pemerintah Kota Bandung dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun, keberhasilan sistem tidak hanya bergantung pada infrastruktur teknologi, melainkan pada penerimaan pedagang pasar sebagai pengguna utama. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis faktor persepsi manfaat (Perceived Usefulness/PU) dan persepsi kemudahan (Perceived Ease of Use/PEOU) dalam adopsi e-retribusi pasar di Kota Bandung, serta mengidentifikasi hambatan eksternal yang memengaruhi penerimaan teknologi. Metode yang digunakan adalah studi literatur sistematis (systematic literature review) dengan pendekatan PRISMA, menganalisis 23 dokumen primer dan sekunder terpilih (publikasi 2018–2024) melalui teknik analisis tematik berbasis kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Davis (1989). Temuan menunjukkan bahwa PU dan PEOU merupakan determinan utama penerimaan, namun efektivitasnya dimediasi secara signifikan oleh tiga faktor eksternal: (1) intensitas dan metode pelatihan, (2) tingkat kepercayaan terhadap sistem dan institusi, serta (3) disparitas literasi digital antar generasi. Data PAD Kota Bandung (2021–2024) menunjukkan peningkatan kontribusi e-retribusi dari 44% menjadi 90%, namun resistensi tetap ada, terutama di kalangan pedagang usia lanjut yang merasa sistem rumit dan tidak ramah pengguna. Implikasi teoretis, penelitian ini memperluas model TAM dengan mengintegrasikan variabel kontekstual seperti literasi digital, kepercayaan institusional, dan model pendampingan komunitas yang relevan dalam konteks e-government lokal dan kelompok pengguna non-teknis di negara berkembang. Implikasi praktis, temuan ini merekomendasikan kebijakan berbasis bukti: (1) redesain aplikasi e-retribusi dengan prinsip universal design; (2) institusionalisasi program “Duta Digital Pasar” sebagai model pendampingan peer-to-peer; (3) pelatihan berkelanjutan berbasis audio-visual; dan (4) pembangunan sistem backup serta dashboard transparansi real-time untuk memulihkan kepercayaan pasca-insiden teknis. Penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital yang sukses harus berpusat pada manusia, bukan hanya pada teknologi.

Kata Kunci: e-retribusi pasar, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use

Abstract

Digitizing market levies through the e-retribution system is a key strategy for the Bandung City Government to improve transparency, accountability, and Regional Original Revenue (PAD). However, the system's success depends not only on technological infrastructure but also on the acceptance of market traders as primary users. This article aims to analyze the factors of perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU) in the adoption of e-market levies in Bandung City, as well as to identify external barriers influencing technology acceptance. The method used is a systematic literature review using the PRISMA approach, analyzing 23 selected primary and secondary documents (published between 2018 and 2024) using thematic analysis techniques based on Davis's (1989) Technology Acceptance Model (TAM) framework. The findings indicate that PU and PEOU are the primary determinants of acceptance, but their effectiveness is significantly mediated by three external factors: (1) training intensity and methods, (2) level of trust in the system and institutions, and (3) disparities in digital literacy between generations. Bandung City's Regional Original Revenue (PAD) data (2021–2024) shows an increase in the contribution of e-retribution from 44% to 90%, but resistance persists, particularly among older vendors who find the system complicated and unuser-friendly. Theoretically, this study extends the TAM model by integrating contextual variables such as digital literacy, institutional trust, and community mentoring models relevant to the context of local e-government and non-technical user groups in developing countries. Practically, these findings recommend evidence-based policies: (1) redesigning the e-retribution application using universal design principles; (2) institutionalizing the "Market Digital Ambassador" program as a peer-to-peer mentoring model; (3) ongoing audio-visual-based training; and (4) developing a backup system and a real-time transparency dashboard to restore trust after a technical incident. This study emphasizes that successful digital transformation must be human-centered, not just technology-centered.

Keywords: *Market e-retribution, Technology Acceptance Model, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use*

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam tata kelola pemerintahan daerah bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah keharusan yang tak terelakkan dalam era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. Di Indonesia, agenda digitalisasi pemerintahan telah dicanangkan secara nasional melalui Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE), yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kualitas layanan publik, transparansi, akuntabilitas, serta efisiensi birokrasi. Salah satu sektor yang menjadi prioritas dalam transformasi ini adalah sektor pendapatan daerah, khususnya melalui digitalisasi pemungutan retribusi daerah. Retribusi, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, merupakan pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang disediakan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan pribadi atau badan. Di antara berbagai jenis retribusi,

retribusi pasar menempati posisi yang sangat strategis karena bersentuhan langsung dengan denyut nadi perekonomian rakyat, khususnya sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Secara nasional, potensi penerimaan dari retribusi pasar masih jauh dari optimal. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (2023), dari total 514 kabupaten/kota di Indonesia, baru sekitar 58% yang telah mengimplementasikan sistem e-retribusi secara terintegrasi. Sisanya masih mengandalkan sistem manual yang rentan terhadap inefisiensi, human error, dan bahkan potensi kebocoran pendapatan. Laporan BPK RI (2022) juga mencatat bahwa dalam pemeriksaan pengelolaan keuangan daerah, masih ditemukan banyak temuan terkait pengelolaan retribusi pasar yang belum tertib, seperti pencatatan yang tidak akurat, tidak adanya bukti setor yang sah, dan lemahnya pengawasan. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun potensi penerimaan besar, tantangan utama terletak pada tata kelola dan sistem pemungutannya yang belum modern. Di sinilah digitalisasi melalui e-retribusi menjadi solusi yang tidak hanya teknis, tetapi juga strategis untuk membangun sistem yang lebih transparan, akuntabel, dan berkelanjutan.

Fokus penelitian ini kemudian dipersempit ke tingkat lokal, yaitu Kota Bandung, yang merupakan salah satu kota metropolitan terkemuka di Indonesia dan pionir dalam implementasi *smart city*. Sejak tahun 2018, Pemerintah Kota Bandung telah secara progresif mengembangkan sistem e-retribusi pasar sebagai bagian integral dari ekosistem “Bandung *Smart City*”. Sistem ini dirancang untuk menggantikan sistem manual yang selama ini diterapkan, dengan tujuan utama meningkatkan efisiensi pemungutan, meminimalkan potensi kebocoran, meningkatkan kepatuhan wajib retribusi, dan menyediakan data real-time bagi pengambil kebijakan. Implementasi teknisnya mencakup penggunaan platform berbasis web dan *mobile application*, integrasi pembayaran non-tunai melalui *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, serta dashboard pemantauan yang terhubung langsung dengan sistem keuangan daerah di bawah naungan Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD).

Sistem ini tidak hanya diterapkan di satu atau dua lokasi, melainkan telah menjangkau puluhan pasar tradisional dan modern di seluruh wilayah Kota Bandung. Pasar-pasar strategis seperti Pasar Kosambi, Pasar Baru, Pasar Ciroyom, dan Pasar Andir menjadi *pilot project* sekaligus tulang punggung penerimaan dari sektor ini. Keempat pasar tersebut dipilih karena volume transaksi dan jumlah pedagang yang besar, sehingga menjadi indikator yang representatif untuk mengukur keberhasilan sistem secara keseluruhan. Dukungan infrastruktur teknologi yang kuat, termasuk jaringan internet yang stabil di area pasar dan pelatihan teknis bagi petugas lapangan, menjadi faktor pendukung utama keberhasilan implementasi awal.

Namun, keberhasilan teknis dan infrastruktur tidak serta-merta menjamin keberhasilan adopsi oleh pengguna akhir. Di sinilah muncul paradoks yang menarik untuk dikaji: Satu sisi, sistem e-retribusi telah terbukti meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara signifikan; di sisi lain, tidak semua pedagang pasar sebagai pengguna utama sistem menerima atau mampu beradaptasi dengan perubahan ini. Laporan evaluasi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung (2023) secara eksplisit menyebutkan bahwa sekitar 30% pedagang masih menunjukkan resistensi terhadap penggunaan sistem e-retribusi. Resistensi ini muncul bukan karena sistemnya buruk, melainkan karena faktor-faktor non-teknis yang bersifat manusiawi: ketidakpahaman

terhadap teknologi, ketakutan akan kesalahan input yang berakibat double bayar, ketidakpercayaan terhadap sistem digital, hingga preferensi terhadap interaksi personal dengan petugas retribusi manual yang selama ini mereka kenal. Fenomena ini menciptakan sebuah ketimpangan: sistem yang dirancang untuk memudahkan justru dirasakan sebagai beban oleh sebagian penggunanya.

Untuk memahami dinamika kompleks ini, pendekatan teknis atau kebijakan semata tidaklah cukup. Diperlukan sebuah kerangka teoritis yang mampu menjelaskan perilaku manusia dalam menerima atau menolak teknologi baru. Di sinilah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang pertama kali dikemukakan oleh Fred D. Davis pada tahun 1989, menjadi alat analisis yang sangat relevan dan powerful. TAM berangkat dari asumsi dasar bahwa penerimaan teknologi oleh individu ditentukan oleh dua konstruk utama: *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). *Perceived Usefulness* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya atau memberikan manfaat praktis dalam kehidupannya. Dalam konteks pedagang pasar, ini bisa berarti apakah mereka merasa e-retribusi membantu mereka membayar lebih cepat, mendapatkan bukti pembayaran yang sah, atau menghindari pungutan liar. Sementara itu, *Perceived Ease of Use* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tidak memerlukan upaya fisik atau mental yang berlebihan. Apakah antarmuka aplikasinya intuitif? Apakah prosesnya simpel? Apakah ada pendampingan saat mereka mengalami kesulitan? Kedua konstruk inilah yang pada akhirnya membentuk *Behavioral Intention to Use*, yang kemudian berujung pada *Actual System Use*.

Sayangnya, meskipun TAM telah banyak diaplikasikan dalam berbagai konteks *e-government* seperti *e-tax*, *e-health*, dan *e-licensing* penerapannya dalam konteks e-retribusi pasar, khususnya yang menyangkut pedagang tradisional, masih sangat terbatas. Studi-studi terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Prasetyo & Siahaan (2021) yang meneliti penerimaan aplikasi e-pajak oleh UMKM, atau penelitian Sari & Nugroho (2023) di Pasar Surabaya, memang telah menyentuh aspek penerimaan teknologi. Namun, mayoritas penelitian tersebut memiliki beberapa keterbatasan: (1) fokusnya masih umum dan tidak spesifik pada retribusi pasar; (2) metodenya cenderung kuantitatif dengan kuesioner, sehingga kurang menggali nuansa persepsi secara mendalam; (3) konteksnya belum menyentuh Kota Bandung, yang memiliki karakteristik unik sebagai kota metropolitan dengan ekosistem digital yang maju namun masyarakat penggunanya yang heterogen. Lebih jauh lagi, belum ada studi literatur sistematis yang secara khusus dan komprehensif menganalisis penerimaan e-retribusi pasar di Kota Bandung melalui lensa TAM. Inilah yang menjadi celah penelitian (research gap) yang ingin diisi oleh artikel ini.

Dengan memahami faktor PU dan PEOU dari perspektif pedagang pasar, pemerintah daerah dapat merancang kebijakan yang lebih manusiawi, seperti program pelatihan yang lebih efektif, desain ulang antarmuka aplikasi yang lebih ramah pengguna, atau skema pendampingan yang lebih intensif. Tanpa pemahaman ini, risiko yang dihadapi adalah investasi besar-besaran

dalam teknologi hanya akan berujung pada sistem yang “mati suri” karena tidak digunakan sebagaimana mestinya.

Untuk memberikan gambaran empiris yang jelas tentang perkembangan e-retribusi di Kota Bandung, berikut disajikan data realisasi PAD dari sektor retribusi pasar selama empat tahun terakhir:

Tabel 1

Realisasi PAD dari Retribusi Pasar dan Kontribusi E-Retribusi

Tahun	Total PAD Retribusi Pasar	Realisasi E-Retribusi	Persentase E-Retribusi
2021	68.700.000.000	30.500.000.000	44%
2022	82.300.000.000	55.800.000.000	67,8%
2023	94.500.000.000	81.200.000.000	85,9%
2024	102.000.000.000	91.800.000.000	90%

Sumber: Laporan Kinerja Implementasi E-Retribusi Pasar, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung (2024)

Data pada Tabel 1 menggambarkan sebuah tren perkembangan yang sangat positif dan menggembirakan. Dalam kurun waktu empat tahun, kontribusi e-retribusi terhadap total PAD retribusi pasar di Kota Bandung mengalami peningkatan yang signifikan, dari hanya 44% (atau sekitar Rp30,5 miliar) pada tahun 2021 menjadi 90% (atau sekitar Rp91,8 miliar) pada tahun 2024. Peningkatan ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan hasil dari upaya sistematis pemerintah daerah dalam memperluas cakupan sistem, meningkatkan infrastruktur pendukung, dan melakukan sosialisasi serta pelatihan yang intensif kepada para pedagang dan petugas lapangan. Angka-angka ini adalah bukti nyata bahwa transformasi digital di sektor pendapatan daerah bukanlah mimpi, melainkan realitas yang dapat dicapai.

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan gap penelitian yang telah diuraikan, artikel ini memiliki tiga tujuan utama. Pertama, untuk menganalisis faktor-faktor persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) yang memengaruhi adopsi e-retribusi pasar di Kota Bandung berdasarkan sintesis dari literatur-literatur terkini. Kedua, untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal seperti dukungan sosial, pelatihan, kepercayaan terhadap sistem, dan literasi digital yang turut memengaruhi penerimaan teknologi di kalangan pedagang pasar. Ketiga, untuk merumuskan rekomendasi kebijakan yang berbasis bukti dan berpusat pada pengguna (*user-centered policy*) yang dapat diimplementasikan oleh Pemerintah Kota Bandung guna meningkatkan tingkat adopsi, keberlanjutan, dan keberhasilan jangka panjang sistem e-retribusi pasar.

Manfaat penelitian ini bersifat ganda, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, artikel ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik, khususnya dalam bidang *e-government* dan studi penerimaan teknologi, dengan menyediakan studi kasus yang mendalam

dan kontekstual tentang penerapan TAM di lingkungan yang unik — yaitu pasar tradisional di kota metropolitan. Secara praktis, temuan dari artikel ini diharapkan dapat menjadi masukan berharga bagi para pengambil kebijakan di Pemerintah Kota Bandung, khususnya Dinas Perdagangan dan BPKAD, dalam merancang program pendampingan, pelatihan, dan pengembangan sistem yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan nyata para pedagang. Pada akhirnya, tujuan utama adalah memastikan bahwa transformasi digital tidak hanya menjadi proyek infrastruktur, tetapi juga menjadi alat pemberdayaan yang benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Untuk mencapai tujuan tersebut, artikel ini menggunakan pendekatan studi literatur sistematis (*systematic literature review*). Pendekatan ini dipilih karena mampu menyediakan gambaran yang komprehensif, transparan, dan terstruktur tentang perkembangan pengetahuan terkini terkait topik penelitian. Prosesnya melibatkan identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis dari berbagai sumber primer (jurnal ilmiah, prosiding seminar, disertasi/tesis) dan sekunder (laporan pemerintah, buku, artikel populer ilmiah) yang relevan, dengan menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat. Metodologi ini memungkinkan penulis untuk tidak hanya merangkum apa yang sudah diketahui, tetapi juga mengidentifikasi apa yang belum diketahui sehingga memberikan dasar yang kuat untuk rekomendasi kebijakan yang diajukan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur sistematis (*systematic literature review*) untuk menganalisis faktor persepsi manfaat (*Perceived Usefulness/PU*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use/PEOU*) dalam adopsi e-retribusi pasar di Kota Bandung melalui lensa *Technology Acceptance Model* (TAM). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan sintesis objektif, komprehensif, dan terstruktur atas temuan empiris dan teoritis terkini, serta memungkinkan identifikasi gap penelitian secara transparan dan reproduktif. Berbeda dengan tinjauan pustaka naratif yang bersifat deskriptif dan selektif berdasarkan preferensi penulis, studi literatur sistematis mengikuti protokol ketat dalam pencarian, seleksi, dan analisis literatur, sehingga meminimalkan bias dan meningkatkan validitas temuan. Kerangka kerja yang digunakan mengacu pada panduan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), yang mencakup tahapan identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi literatur. Pencarian literatur dilakukan melalui database akademik terpercaya, meliputi Google Scholar, Garuda, DOAJ, ScienceDirect, IEEE Xplore, repositori institusi (UNPAD, ITB, IPDN, Universitas Langlangbuana), serta situs resmi pemerintah Kota Bandung. Kata kunci disusun secara strategis menggunakan operator Boolean, seperti: (“e-retribusi pasar” dan “*Technology Acceptance Model*”) atau (“*Perceived Usefulness*” dan “Kota Bandung”) OR (“penerimaan teknologi” dan “pedagang pasar”), dengan batasan publikasi tahun 2018–2024 dan bahasa Indonesia atau Inggris. Kriteria inklusi mencakup literatur yang: (1) membahas e-retribusi pasar; (2) menganalisis penerimaan teknologi melalui TAM, PU, atau

PEOU; (3) memiliki konteks Indonesia, khususnya Kota Bandung; (4) berupa jurnal ilmiah, prosiding, laporan resmi, atau tesis terakreditasi. Proses seleksi dilakukan dalam empat tahap: (1) identifikasi awal dan deduplikasi menggunakan Zotero; (2) screening judul dan abstrak oleh dua peneliti independen; (3) evaluasi full-text dengan checklist CASP untuk menilai kualitas studi; dan (4) resolusi konflik melalui diskusi hingga tercapai konsensus. Teknik analisis data menggunakan analisis tematik dengan kode utama berdasarkan variabel penelitian: PU, PEOU, dan faktor eksternal pendukung. Sintesis temuan disajikan secara naratif-kualitatif, menonjolkan pola, kontradiksi, dan implikasi teoretis-praktis. Keterbatasan metodologis meliputi: keterbatasan literatur spesifik tentang e-retribusi pasar di Kota Bandung, potensi bias publikasi, dan subjektivitas dalam pengkodean tematik meskipun telah dilakukan validasi antar-peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui pendekatan studi literatur sistematis terhadap 23 dokumen primer dan sekunder yang memenuhi kriteria inklusi, penelitian ini berhasil mengidentifikasi tiga konstruk utama yang secara signifikan memengaruhi penerimaan pedagang pasar terhadap sistem e-retribusi di Kota Bandung: Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), dan variabel eksternal pendukung. Temuan-temuan ini tidak hanya menjawab pertanyaan penelitian, tetapi juga memperkaya pemahaman teoretis tentang dinamika adopsi teknologi dalam konteks e-government lokal, khususnya pada kelompok pengguna heterogen seperti pedagang pasar tradisional aktor yang sering kali terabaikan dalam desain kebijakan digital.

A. *Perceived Usefulness (PU)*: Manfaat Sistem sebagai Determinan Utama Penerimaan

Konstruk *Perceived Usefulness (PU)* dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat praktis dalam aktivitasnya (Davis, 1989). Dalam konteks e-retribusi pasar, PU mencerminkan sejauh mana pedagang merasa sistem digital membantu mereka dalam proses pembayaran, mengurangi beban administratif, meningkatkan transparansi, atau bahkan melindungi mereka dari praktik pungutan liar.

Sintesis literatur menunjukkan bahwa PU merupakan faktor dominan dalam membentuk niat pedagang untuk menggunakan e-retribusi. Studi oleh Sari & Nugroho (2023) di Pasar Surabaya menemukan bahwa 72% pedagang yang merasa sistem e-retribusi “mengurangi interaksi dengan calo” dan “memberikan bukti pembayaran resmi” cenderung memiliki tingkat kepatuhan yang lebih tinggi. Temuan ini didukung oleh laporan internal Dinas Perdagangan Kota Bandung (2023), yang menyatakan bahwa pedagang di Pasar Kosambi dan Pasar Baru — dua pasar dengan tingkat adopsi tertinggi — secara konsisten menyatakan dalam survei kepuasan bahwa mereka “merasa lebih aman karena tidak perlu membayar tanpa bukti”. Lebih jauh, Prasetyo & Siahaan (2021) dalam studinya tentang e-pajak UMKM di Jawa Tengah menemukan bahwa PU memiliki korelasi positif yang signifikan ($r = 0.68$, $p < 0.01$) dengan *behavioral*

intention to use. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat, semakin besar niat untuk menggunakan sistem.

Temuan ini sangat relevan. Data realisasi PAD Kota Bandung menunjukkan lonjakan kontribusi e-retribusi dari 44% (2021) menjadi 90% (2024). Sebuah indikator tidak langsung bahwa semakin banyak pedagang yang merasakan manfaat sistem, sehingga bersedia menggunakannya. Temuan ini sepenuhnya konsisten dengan prediksi teori TAM, yang menyatakan bahwa PU adalah prediktor utama niat penggunaan karena manusia cenderung mengadopsi teknologi jika mereka percaya teknologi tersebut akan membantu mereka mencapai tujuan dengan lebih efisien.

Namun, tidak semua studi menemukan PU sebagai faktor paling dominan. Penelitian Rahmawati & Haryanto (2022) di Yogyakarta justru menemukan bahwa meskipun pedagang menyadari manfaat sistem, mereka tetap enggan menggunakannya karena merasa sistem “terlalu rumit”. Ini menunjukkan bahwa PU saja tidak cukup jika tidak didukung oleh PEOU. Di Kota Bandung, fenomena ini juga terjadi. Laporan evaluasi Disdag (2023) menyebut bahwa di Pasar Ciroyom yang mayoritas pedagangannya berusia di atas 50 tahun tingkat penolakan sistem mencapai 35%, meskipun mereka mengakui manfaat transparansinya. Ini mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan bersifat kognitif, tetapi keengganan bersifat afektif-teknis pedagang “tahu” sistem itu baik, tapi “takut” atau “tidak percaya diri” menggunakannya.

Satu gap besar yang teridentifikasi adalah tidak adanya studi yang mengukur “jenis manfaat” apa yang paling berpengaruh apakah manfaat finansial (penghematan waktu/duit), manfaat psikologis (rasa aman), atau manfaat sosial (pengakuan sebagai warga patuh). Pemahaman ini penting untuk merancang strategi komunikasi yang tepat. Misalnya, jika manfaat psikologis (rasa aman) lebih dominan, maka sosialisasi harus menekankan aspek perlindungan dari pungli, bukan hanya efisiensi.

Temuan ini secara langsung menjawab tujuan pertama penelitian: menganalisis faktor persepsi manfaat dalam adopsi e-retribusi. PU terbukti menjadi faktor sentral, namun efektivitasnya bergantung pada konteks demografis pengguna dan keberadaan faktor pendukung lain seperti PEOU. Implikasi teoretis dari temuan ini adalah penguatan validitas TAM di konteks e-government lokal, sekaligus perluasan pemahaman bahwa PU bersifat multidimensi, dan tidak hanya utilitarian, tapi juga emosional dan sosial. Secara praktis, Pemerintah Kota Bandung perlu memetakan “jenis manfaat” yang paling dirasakan oleh segmen pedagang tertentu (misalnya: pedagang muda vs tua, pasar modern vs tradisional) untuk merancang pesan sosialisasi yang lebih personal dan efektif.

B. *Perceived Ease of Use* (PEOU): Kemudahan Penggunaan sebagai Kunci Aksesibilitas Teknologi

Perceived Ease of Use (PEOU) dalam TAM merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tidak memerlukan upaya fisik atau mental yang berlebihan (Davis, 1989). Dalam implementasi e-retribusi, PEOU berkaitan erat dengan desain antarmuka, kejelasan instruksi, ketersediaan bantuan teknis, dan kenyamanan proses pembayaran.

Literatur secara konsisten menunjukkan bahwa PEOU adalah faktor penentu utama, terutama bagi kelompok pengguna dengan literasi digital rendah seperti pedagang pasar tradisional. Studi Sari & Nugroho (2023) menemukan bahwa di Pasar Genteng Surabaya, tingkat kegagalan transaksi e-retribusi mencapai 40% pada bulan pertama peluncuran, yang kemudian turun drastis menjadi 8% setelah pelatihan intensif dan penyederhanaan antarmuka. Ini membuktikan bahwa kemudahan bukanlah sifat bawaan sistem, tapi hasil dari desain dan pendampingan.

Di Kota Bandung, tantangan PEOU juga sangat nyata. Laporan Disdag (2023) mencatat bahwa hambatan teknis seperti “tidak bisa scan QR code”, “bingung memilih menu”, atau “takut salah input nominal” menjadi alasan utama penolakan sistem, terutama di kalangan pedagang usia lanjut. Data ini sejalan dengan temuan Al-Emran et al. (2020) dalam meta-analisisnya, yang menyimpulkan bahwa PEOU memiliki pengaruh langsung terhadap PU artinya, jika sistem dirasa sulit, maka manfaatnya pun tidak akan terasa.

Temuan ini sepenuhnya konsisten dengan TAM. Davis (1989) menyatakan bahwa PEOU tidak hanya memengaruhi niat penggunaan secara langsung, tapi juga secara tidak langsung melalui PU. Dengan kata lain, sistem yang mudah digunakan akan membuat pengguna merasa lebih kompeten, yang pada gilirannya meningkatkan persepsi manfaatnya. Di Kota Bandung, ketika pedagang di Pasar Andir dilatih menggunakan aplikasi melalui pendampingan “satu lawan satu”, tingkat kepercayaan diri mereka meningkat, dan otomatis persepsi manfaat sistem pun ikut naik.

Ada perbedaan menarik antara studi di Surabaya dan Yogyakarta. Sementara Sari & Nugroho (2023) menemukan bahwa pelatihan kelompok cukup efektif, Rahmawati & Haryanto (2022) justru menemukan bahwa pendampingan individu jauh lebih efektif di Yogyakarta. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh budaya lokal: di Surabaya, pedagang lebih terbuka dan kompetitif, sehingga belajar dalam kelompok justru memacu semangat; sementara di Yogyakarta, pedagang lebih konservatif dan butuh pendekatan personal. Di Kota Bandung, pendekatan hybrid tampaknya paling efektif. Program “Duta Digital Pasar” — di mana satu pedagang muda di setiap los menjadi “pendamping” bagi pedagang senior — terbukti meningkatkan tingkat adopsi hingga 65% dalam tiga bulan (Disdag, 2023). Ini menunjukkan bahwa solusi lokal yang melibatkan komunitas jauh lebih efektif daripada pelatihan massal dari pemerintah.

Literatur sangat minim membahas aspek desain antarmuka yang spesifik untuk pengguna lansia atau buta huruf digital. Tidak ada studi yang menguji apakah ikon besar, suara instruksi, atau video tutorial lebih efektif daripada teks tertulis. Padahal, di Kota Bandung, sekitar 40% pedagang berusia di atas 50 tahun kelompok yang paling rentan kesulitan teknologi.

Temuan ini menjawab tujuan pertama dan kedua: menganalisis faktor persepsi kemudahan dan mengidentifikasi hambatan eksternal. PEOU terbukti menjadi “pintu masuk” bagi penerimaan teknologi, dan hambatan utamanya bersifat desain dan pendampingan.

Implikasi teoretis dari temuan ini adalah perluasan model TAM dengan menekankan bahwa PEOU bersifat kontekstual dan kultural tidak bisa digeneralisasi. Secara praktis, Pemkot

Bandung perlu: (1) Mendesain ulang antarmuka aplikasi e-retribusi dengan prinsip “universal design” font besar, warna kontras, navigasi satu klik; (2) Memperkuat program “Duta Digital Pasar” sebagai model pendampingan berbasis komunitas; (3) Mengembangkan modul pelatihan berbasis video dan audio, bukan hanya brosur cetak.

C. Faktor Eksternal: Peran Pelatihan, Kepercayaan, dan Literasi Digital dalam Membentuk Persepsi

Davis (1989) mengakui bahwa PU dan PEOU dipengaruhi oleh variabel eksternal: faktor-faktor di luar sistem yang membentuk persepsi pengguna. Dalam konteks e-retribusi pasar, variabel eksternal utama yang teridentifikasi adalah: (1) Pelatihan dan Pendampingan, (2) Kepercayaan terhadap Sistem dan Pemerintah, dan (3) Literasi Digital.

Semua studi yang dikaji sepakat bahwa pelatihan adalah faktor kunci. Tanpa pelatihan, bahkan sistem paling canggih sekalipun akan gagal. Studi oleh Prasetyo & Siahaan (2021) menunjukkan bahwa intensitas pelatihan berkorelasi positif dengan PEOU ($r = 0.71$). Di Kota Bandung, program pelatihan “Goes to Pasar” yang dilakukan secara rutin oleh Diskominfo terbukti menurunkan tingkat penolakan dari 30% (2022) menjadi 15% (2023).

Kepercayaan (trust) muncul sebagai faktor kritis, terutama di kalangan pedagang yang pernah mengalami “kegagalan sistem” atau “kesalahan input”. Studi Rahmawati & Haryanto (2022) menemukan bahwa pedagang yang tidak percaya sistem akan “mencatat dengan benar” cenderung kembali ke pembayaran manual. Di Kota Bandung, isu kepercayaan muncul ketika terjadi insiden *server down* di Pasar Baru pada awal 2023, yang menyebabkan kepanikan karena transaksi tidak tercatat. Insiden ini meninggalkan trauma psikologis yang mengurangi kepercayaan jangka panjang.

Literasi digital kemampuan memahami, mengevaluasi, dan menggunakan teknologi menjadi faktor struktural yang mendasar. Al-Emran et al. (2020) menemukan bahwa tingkat literasi digital berkorelasi kuat dengan PEOU ($\beta = 0.63$, $p < 0.001$). Di Kota Bandung, disparitas literasi digital antar generasi sangat nyata: pedagang muda (usia <35 tahun) hampir 100% menerima sistem, sementara pedagang senior (usia >55 tahun) hanya 45% yang menerima (Disdag, 2023).

Temuan ini memperkuat model TAM yang diperluas (Venkatesh & Davis, 2000), yang menyatakan bahwa variabel eksternal memediasi pengaruh terhadap PU dan PEOU. Pelatihan meningkatkan PEOU, kepercayaan meningkatkan PU, dan literasi digital menjadi prasyarat bagi keduanya. Literatur sangat kurang dalam mengukur efektivitas jenis pelatihan tertentu. Apakah workshop, pendampingan individu, atau video tutorial yang paling efektif? Juga, tidak ada studi yang mengukur dampak jangka panjang. Apakah kepercayaan yang hilang karena satu insiden teknis bisa pulih dalam 3 bulan, 6 bulan, atau tidak pernah?

Temuan ini secara langsung menjawab tujuan kedua: mengidentifikasi hambatan eksternal. Ketiga faktor ini pelatihan, kepercayaan, literasi terbukti menjadi penentu utama keberhasilan atau kegagalan adopsi, bahkan lebih penting daripada fitur teknis sistem itu sendiri. Implikasi teoretis dari temuan ini adalah pengayaan model TAM dengan menekankan bahwa

variabel eksternal bersifat dinamis dan kontekstual terutama dalam setting pemerintahan daerah. Secara praktis, Pemkot Bandung perlu: (1) Menjadikan pelatihan sebagai program berkelanjutan, bukan proyek sesaat; (2) Membangun sistem backup dan transparansi real-time untuk memulihkan kepercayaan pasca-insiden; (3) Meluncurkan program “Melek Digital Pasar” yang menyasar pedagang usia lanjut dengan metode pembelajaran non-formal.

D. Sintesis Temuan: Integrasi PU, PEOU, dan Faktor Eksternal dalam Konteks Kota Bandung

Untuk memperjelas sintesis temuan, berikut disajikan tabel yang merangkum hubungan antara variabel TAM, temuan utama, konteks lokal, dan implikasi kebijakan:

Tabel 2.

Sintesis Temuan Utama Berdasarkan Variabel TAM

Variabel TAM	Temuan Utama	Studi Pendukung	Konteks Kota Bandung	Implementasi Kebijakan
Perceived Usefulness (PU)	Pedagang menerima sistem jika merasa membantu menghindari pungli dan memberi bukti sah	Sari & Nugroho (2023), Prasetyo & Siahaan (2021)	Lonjakan PAD dari 44% → 90% (2021-2024) menunjukkan peningkatan PU	Sosialisasi harus tekankan manfaat transparansi dan keamanan, bukan hanya efisiensi
Perceived Ease of Use (PEOU)	Kemudahan penggunaan adalah kunci, terutama bagi pedagang usia lanjut. Desain antarmuka dan pendampingan menentukan	Sari & Nugroho (2023), Al-Emran et al. (2020)	Program “Duta Digital Pasar” sukses tingkatkan PEOU di Pasar Andir	Redesain aplikasi dengan prinsip universal design; perkuat model pendampingan komunitas
Faktor Eksternal: Pelatihan	Intensitas dan metode pelatihan berkorelasi kuat dengan tingkat adopsi	Prasetyo & Siahaan (2021), Disdag Bandung (2023)	Program “Goes to Pasar” turunkan tingkat penolakan dari 30% → 15%	Jadikan pelatihan sebagai program berkelanjutan, bukan proyek insidental
Faktor Eksternal:	Insiden teknis (server down,	Rahmawati &	Insiden server down di Pasar	Bangun sistem backup dan

Kepercayaan	error input) merusak kepercayaan jangka panjang	Haryanto (2022)	Baru (2023) picu kepanikan dan trauma	dashboard transparan real- time untuk pulihkan kepercayaan
Faktor Eksternal: Literasi Digital	Disparitas generasi sangat nyata. Pedagang muda hampir 100% terima, pedagang senior hanya 45%	Al-Emran et al. (2020), Disdag Bandung (2023)	40% pedagang berusia >50 tahun kelompok paling rentan	Luncurkan program “Melek Digital Pasar” dengan metode pembelajaran audio-visual

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Berdasarkan sintesis temuan di atas, ketiga tujuan penelitian dapat dijawab secara utuh:

1. Menganalisis faktor persepsi manfaat (PU) dan persepsi kemudahan (PEOU):

PU dan PEOU terbukti sebagai faktor inti penerimaan, namun keduanya saling terkait dan dipengaruhi oleh konteks demografis dan desain sistem. PU lebih efektif jika didukung oleh PEOU, dan sebaliknya.

2. Mengidentifikasi hambatan eksternal:

Tiga hambatan utama adalah: (a) kurangnya pelatihan berkelanjutan, (b) rendahnya kepercayaan akibat insiden teknis, dan (c) rendahnya literasi digital di kalangan pedagang senior.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam konteks *e-government* di negara berkembang, khususnya untuk kelompok pengguna non-teknis seperti pedagang pasar. Studi ini membuktikan bahwa TAM tetap relevan, tetapi perlu diperluas dengan variabel kontekstual seperti literasi digital dan kepercayaan institusional. Secara praktis, temuan ini memberikan roadmap konkret bagi Pemerintah Kota Bandung untuk meningkatkan keberlanjutan e-retribusi melalui intervensi yang benar-benar berpusat pada pengguna bukan hanya pada teknologi.

Kesimpulan

Berdasarkan sintesis terhadap 23 dokumen literatur primer dan sekunder melalui pendekatan studi literatur sistematis, penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor kritis yang memengaruhi penerimaan pedagang pasar terhadap sistem e-retribusi di Kota Bandung melalui lensa *Technology Acceptance Model (TAM)*. Temuan utama

menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi teknologi tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur atau kecanggihan sistem, melainkan oleh persepsi pengguna akhir dalam hal ini, para pedagang pasar terhadap manfaat (*Perceived Usefulness/PU*) dan kemudahan (*Perceived Ease of Use/PEOU*) sistem, serta dipengaruhi secara signifikan oleh faktor-faktor eksternal seperti pelatihan, kepercayaan, dan literasi digital.

Pertama, *Perceived Usefulness (PU)* terbukti menjadi faktor sentral dalam membentuk niat pedagang untuk menggunakan e-retribusi. Pedagang yang merasa sistem membantu mereka menghindari praktik pungutan liar, memberikan bukti pembayaran resmi, dan meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi, cenderung memiliki tingkat kepatuhan yang lebih tinggi. Lonjakan kontribusi e-retribusi terhadap PAD Kota Bandung dari 44% (2021) menjadi 90% (2024) menjadi indikator kuat bahwa semakin banyak pedagang yang merasakan manfaat nyata dari sistem ini. Namun, temuan juga mengungkapkan bahwa *PU* bersifat multidimensi — tidak hanya utilitarian (penghematan waktu/biaya), tetapi juga psikologis (rasa aman) dan sosial (pengakuan sebagai wajib retribusi yang patuh). Oleh karena itu, strategi sosialisasi harus dirancang secara segmentatif, menyesuaikan “jenis manfaat” yang paling relevan bagi masing-masing kelompok pedagang.

Kedua, *Perceived Ease of Use (PEOU)* menjadi “pintu masuk” yang menentukan apakah manfaat sistem dapat dirasakan atau tidak. Sistem yang dirancang tanpa mempertimbangkan karakteristik pengguna khususnya pedagang usia lanjut dengan literasi digital rendah akan gagal meskipun secara teknis sempurna. Hambatan teknis seperti kesulitan memindai QR code, kebingungan navigasi antarmuka, atau ketakutan salah input menjadi alasan utama penolakan. Program “Duta Digital Pasar” di Kota Bandung, yang melibatkan pendampingan peer-to-peer dari pedagang muda kepada pedagang senior, terbukti menjadi solusi lokal yang efektif dalam meningkatkan *PEOU*. Ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis komunitas jauh lebih berhasil daripada pelatihan massal yang bersifat top-down. Implikasinya, desain sistem e-retribusi harus mengadopsi prinsip universal design: antarmuka sederhana, font besar, navigasi satu klik, dan dukungan instruksi audio-visual.

Ketiga, faktor eksternal terbukti menjadi penentu utama yang memediasi hubungan antara *PU*, *PEOU*, dan niat penggunaan. Pelatihan yang intensif dan berkelanjutan bukan insidental terbukti berkorelasi positif dengan peningkatan *PEOU* dan penurunan tingkat penolakan. Kepercayaan terhadap sistem dan pemerintah menjadi fondasi psikologis yang rapuh; satu insiden teknis seperti server down dapat menciptakan trauma kolektif yang menggerus kepercayaan jangka panjang. Sementara itu, literasi digital merupakan faktor struktural yang mendasar, di mana disparitas generasi sangat nyata: hampir 100% pedagang muda menerima sistem, sementara hanya 45% pedagang senior yang menerima. Tanpa intervensi khusus untuk kelompok ini, transformasi digital berisiko menciptakan ketimpangan baru digital divide di tingkat mikro pasar tradisional.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat validitas dan relevansi TAM dalam konteks e-government lokal di negara berkembang, sekaligus memperluas model tersebut dengan menekankan peran variabel kontekstual seperti budaya lokal, usia, dan tingkat literasi yang turut

membentuk persepsi pengguna. Secara praktis, temuan ini memberikan roadmap kebijakan yang konkret dan aplikatif bagi Pemerintah Kota Bandung:

1. Redesain Aplikasi: Terapkan prinsip universal design untuk memastikan aksesibilitas bagi semua kelompok usia.
2. Perkuat Model Pendampingan: Jadikan program “Duta Digital Pasar” sebagai kebijakan permanen di setiap pasar.
3. Bangun Kepercayaan Institusional: Sediakan sistem backup dan dashboard transparansi real-time untuk memulihkan kepercayaan pasca-insiden teknis.
4. Tingkatkan Literasi Digital: Luncurkan program “Melek Digital Pasar” dengan metode pembelajaran non-formal berbasis audio-visual bagi pedagang usia lanjut.
5. Evaluasi Berkala: Lakukan survei persepsi PU dan PEOU setiap 6 bulan untuk mengukur efektivitas kebijakan dan melakukan penyesuaian.

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa gap literatur yang dapat menjadi agenda riset lanjutan, antara lain: (1) belum ada studi yang mengukur efektivitas jenis pelatihan tertentu (workshop vs pendampingan individu vs video tutorial); (2) minimnya riset tentang dampak jangka panjang insiden teknis terhadap kepercayaan pengguna; dan (3) tidak adanya pengukuran multidimensi PU (finansial, psikologis, sosial) dalam konteks e-retribusi pasar.

Pada akhirnya, transformasi digital yang sukses bukanlah tentang seberapa canggih teknologinya, melainkan tentang seberapa dalam teknologi tersebut memahami dan menjawab kebutuhan manusia di baliknya. Dengan menjadikan pedagang pasar sebagai aktor utama di lapangan sebagai pusat dari seluruh proses desain, implementasi, dan evaluasi kebijakan, e-retribusi tidak hanya akan menjadi alat peningkatan PAD, tetapi juga instrumen pemberdayaan yang inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Emran, M., Mezhuyev, V., & Kamaludin, A. (2020). Technology acceptance model in M-learning context: A systematic review. *Education and Information Technologies*, 25(5), 4419–4446. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10194-6>
- Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Bandung. (2024). Laporan Realisasi Pendapatan Asli Daerah Tahun 2023. Pemerintah Kota Bandung.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung. (2023). Laporan Kinerja Implementasi E-Retribusi Pasar Tahun 2023. Pemerintah Kota Bandung.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung. (2024). Laporan Kinerja Implementasi E-Retribusi Pasar Tahun 2024. Pemerintah Kota Bandung.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering. EBSE Technical Report, EBSE-2007-01.

- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Prasetyo, Y. T., & Siahaan, A. P. U. (2021). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived enjoyment on intention to use e-tax application for micro, small, and medium enterprises. *Heliyon*, 7(9), e07984. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07984>
- Rahmawati, R., & Haryanto, H. (2022). Acceptance of Digital Payment Systems Among Traditional Market Traders in Yogyakarta: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 45–58.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Retribusi di Pasar Tradisional Surabaya Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 18(2), 112–125.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>