



## Implementasi Sistem Pembayaran Digital pada UMKM Pasar Tradisional di Kota Bandung

Ardi Taryanto<sup>1✉</sup>, Agus Alim<sup>2</sup>, Ari Safrizal Wildan<sup>3</sup>, M. Yusuf Sanny<sup>4</sup>, Ade Sudrajat<sup>5</sup>, Firdaus<sup>6</sup>

<sup>1,2,6</sup>Manajemen Informatika, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia, 40274

<sup>3</sup>Administrasi Negara, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Cimahi, Indonesia, 40532

<sup>4</sup>Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia, 40274

<sup>5</sup>Administrasi Publik, Universitas Langlangbuana, Indonesia, 40261

E-mail: [ardipiksi@yahoo.com](mailto:ardipiksi@yahoo.com) ✉

### Info Artikel:

Diterima: 9 Mei 2026

Diperbaiki: 23 Mei 2026

Disetujui: 5 Juni 2026

**Keywords:** Digital Payment, QRIS, MSMEs, Digital Literacy, Financial Inclusion

**Kata Kunci:** Pembayaran Digital, QRIS, UMKM, Literasi Digital, Inklusi Keuangan

**Abstract:** Digital transformation in payment systems has become an important strategy for improving transaction efficiency and financial inclusion among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, the adoption of digital payment systems in traditional markets remains relatively low due to limited digital literacy, concerns about transaction security, and a lack of technical assistance. This community service program aimed to enhance MSME merchants' understanding and capability in utilizing digital payment systems, particularly QRIS. The program was conducted at Gedebage Traditional Market, Bandung City, through a series of activities including needs assessment, socialization, hands-on technical training, field mentoring, and evaluation. A total of ten MSME merchants participated in the program. The results demonstrated significant improvements in digital literacy, QRIS utilization skills, perceived usefulness, and intention to continue using digital payment systems. Intensive mentoring proved effective in strengthening participants' confidence and encouraging behavioral changes toward digital transactions. The program offers a practical model for accelerating MSME digitalization and expanding financial inclusion in traditional markets.

**Abstrak:** Transformasi digital dalam sistem pembayaran menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan inklusi keuangan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, tingkat adopsi pembayaran digital di pasar tradisional masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi digital, rendahnya kepercayaan terhadap keamanan transaksi, serta minimnya pendampingan teknis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pedagang UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran digital, khususnya QRIS. Kegiatan dilaksanakan di Pasar Gedebage Kota Bandung



*melalui tahapan survei kebutuhan, sosialisasi, pelatihan teknis langsung, pendampingan lapangan, dan evaluasi. Sebanyak 10 pedagang UMKM menjadi peserta program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek literasi digital, kemampuan penggunaan QRIS, persepsi kemanfaatan, dan niat penggunaan berkelanjutan. Pendampingan intensif terbukti efektif dalam membangun kepercayaan serta mendorong perubahan perilaku transaksi menuju sistem pembayaran digital. Program ini berpotensi menjadi model pengembangan digitalisasi UMKM di pasar tradisional lainnya.*

---

## Pendahuluan

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi keuangan digital di Indonesia dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam ekosistem transaksi ekonomi nasional. Kemunculan berbagai instrumen pembayaran nontunai, seperti dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan sistem *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019, telah mengakselerasi transisi masyarakat dari transaksi berbasis uang tunai menuju transaksi berbasis digital (Efendi & Yazid, 2026; Kurniawati et al., n.d.; Luki Setiawati et al., 2026). Berdasarkan data Bank Indonesia, adopsi QRIS menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan sepanjang tahun 2023. Hingga akhir tahun, jumlah pengguna QRIS telah mencapai lebih dari 45 juta pengguna dengan sekitar 30 juta merchant yang sebagian besar merupakan UMKM. Selain itu, volume transaksi QRIS telah melampaui 1,6 miliar transaksi, mencerminkan semakin kuatnya penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran digital di Indonesia ([https://finance.detik.com/moneter/d-7079918/qris-tembus-1-6-miliar-transaksi-lampau-target-2023?utm\\_source=chatgpt.com](https://finance.detik.com/moneter/d-7079918/qris-tembus-1-6-miliar-transaksi-lampau-target-2023?utm_source=chatgpt.com)).

Momentum transformasi digital ini semakin menguat pascapandemi COVID-19 yang secara tidak langsung mendorong percepatan adopsi teknologi pembayaran digital di seluruh lapisan masyarakat. Pembatasan mobilitas dan kekhawatiran terhadap penularan virus melalui uang tunai menjadi katalis yang mendorong konsumen maupun pelaku usaha untuk beralih ke metode pembayaran yang lebih higienis, praktis, dan efisien. Pemerintah melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan berbagai kebijakan Bank Indonesia serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) turut memperkuat ekosistem ini dengan mendorong perluasan akses layanan keuangan digital hingga ke segmen



masyarakat terbawah, termasuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022), UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja. Di Kota Bandung khususnya, UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam menopang perekonomian daerah. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi kreatif dan perdagangan di Jawa Barat, dengan jumlah UMKM aktif yang terus bertumbuh dari tahun ke tahun. Salah satu sentra aktivitas ekonomi UMKM yang paling vital di Kota Bandung adalah pasar tradisional, di mana ribuan pedagang kecil berinteraksi langsung dengan konsumen setiap harinya dalam volume transaksi yang sangat besar (Kusumastuti & Tinangon, 2019; Lestari et al., 2021).

Pasar Gedebage merupakan salah satu pasar tradisional terbesar dan paling strategis di wilayah timur Kota Bandung. Pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi kebutuhan pokok masyarakat, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi bagi ribuan pedagang UMKM yang menggantungkan mata pencahariannya di kawasan tersebut. Pasar Gedebage menjadi pusat perdagangan komoditas mulai dari produk segar (sayur, buah, ikan, daging), pakaian dan tekstil, hingga kebutuhan rumah tangga dan elektronik. Keberadaan pasar ini menjadi sangat penting mengingat lokasinya yang berdekatan dengan kawasan permukiman padat penduduk dan berbagai fasilitas publik di Kecamatan Gedebage.

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang UMKM di Pasar Gedebage masih sangat bergantung pada transaksi tunai dalam kegiatan jual beli sehari-hari. Hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian menunjukkan bahwa dari total pedagang aktif yang disurvei, lebih dari 70% di antaranya belum pernah menggunakan atau bahkan belum mengetahui mekanisme pembayaran digital seperti QRIS maupun dompet digital. Kondisi ini menciptakan kesenjangan (*gap*) yang nyata antara kemajuan ekosistem pembayaran digital di tingkat nasional dengan kondisi aktual yang dialami oleh para pelaku UMKM di pasar tradisional.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil survei kebutuhan dan wawancara awal yang dilakukan tim pengabdian kepada pedagang di Pasar Gedebage Kota Bandung, teridentifikasi sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat adopsi sistem pembayaran digital di lingkungan pasar tradisional tersebut.



Pertama, rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pedagang pasar. Sebagian besar pedagang di Pasar Gedebage merupakan pelaku usaha generasi menengah ke atas yang tidak terpapar secara intensif dengan perkembangan teknologi digital. Banyak di antara mereka yang memiliki keterbatasan pemahaman mengenai cara kerja aplikasi pembayaran digital, proses registrasi akun, hingga mekanisme penerimaan pembayaran melalui QR code. Keterbatasan literasi ini menciptakan rasa enggan dan kekhawatiran dalam mencoba teknologi baru yang dianggap rumit dan berisiko. Kedua, adanya ketidakpercayaan terhadap keamanan sistem pembayaran digital. Tidak sedikit pedagang yang masih meragukan keamanan transaksi nontunai, terutama terkait risiko penipuan digital (*fraud*), keterlambatan masuknya dana ke rekening, serta kekhawatiran terhadap potensi kesalahan teknis yang merugikan. Minimnya edukasi dari pihak berwenang menyebabkan banyak pedagang lebih memilih bertahan dengan sistem tunai yang dianggap lebih aman dan mudah dipahami. Ketiga, keterbatasan infrastruktur teknologi yang dimiliki pedagang. Meskipun mayoritas pedagang telah memiliki telepon pintar (*smartphone*), tidak semua perangkat yang dimiliki kompatibel dengan aplikasi pembayaran digital terkini. Selain itu, ketersediaan jaringan internet yang stabil di area pasar juga menjadi kendala tersendiri, khususnya pada jam-jam transaksi puncak ketika kepadatan pengguna jaringan meningkat tajam.

Keempat, belum adanya pendampingan teknis yang terstruktur dari pihak pengelola pasar maupun instansi terkait. Sejauh ini, sosialisasi mengenai pembayaran digital kepada pedagang Pasar Gedebage masih bersifat sporadis dan belum disertai dengan program pelatihan langsung yang memungkinkan pedagang untuk mempraktikkan penggunaan sistem pembayaran digital secara nyata. Kelima, adanya persepsi bahwa beralih ke sistem digital akan mengurangi kemudahan dan kecepatan transaksi, terutama ketika menghadapi antrian pembeli yang panjang. Bagi pedagang yang terbiasa dengan kecepatan transaksi tunai, keharusan menunggu konfirmasi notifikasi pembayaran digital dinilai sebagai hambatan operasional yang tidak efisien.

### **C. Tujuan Kegiatan**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman dan literasi digital pedagang UMKM di Pasar Gedebage Kota Bandung mengenai konsep, manfaat, dan mekanisme sistem pembayaran digital, khususnya QRIS dan dompet digital (*e-wallet*).



2. Memfasilitasi proses registrasi, aktivasi, dan konfigurasi akun pembayaran digital (QRIS merchant) bagi pedagang UMKM di Pasar Gedebage yang belum memiliki akses terhadap layanan tersebut.
3. Memberikan pelatihan praktis (*hands-on training*) kepada pedagang UMKM dalam mengoperasikan sistem pembayaran digital secara mandiri dalam konteks transaksi jual beli sehari-hari.
4. Mendampingi pedagang UMKM dalam masa transisi adopsi pembayaran digital sehingga tercipta kebiasaan penggunaan yang konsisten dan berkelanjutan.
5. Mengevaluasi efektivitas program pendampingan melalui pengukuran perubahan perilaku transaksi dan tingkat kepuasan pedagang setelah mengikuti program pelatihan.

#### D. Manfaat Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang terlibat, antara lain:

1. Bagi Pedagang UMKM Pasar Gedebage, implementasi sistem pembayaran digital diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional transaksi, mengurangi risiko kehilangan uang tunai, mempermudah pencatatan keuangan harian secara otomatis, serta membuka akses pedagang terhadap layanan permodalan dan kredit usaha berbasis riwayat transaksi digital.
2. Bagi Konsumen, tersedianya opsi pembayaran digital di Pasar Gedebage akan meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas dalam berbelanja, khususnya bagi generasi muda dan konsumen yang telah terbiasa dengan gaya hidup nontunai.
3. Bagi Pengelola Pasar, adopsi pembayaran digital secara masif oleh pedagang berpotensi meningkatkan citra Pasar Gedebage sebagai pasar tradisional modern yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, sekaligus membuka peluang kerja sama dengan lembaga keuangan dan *fintech* untuk pengembangan ekosistem perdagangan yang lebih maju.
4. Bagi Perguruan Tinggi, kegiatan ini merupakan wujud nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada pilar Pengabdian kepada Masyarakat, yang berkontribusi langsung dalam pemecahan masalah riil di masyarakat sekaligus memperkuat jejaring kemitraan dengan pelaku usaha dan pemerintah daerah.

Bagi Ekosistem Keuangan Digital Nasional, keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model replikasi (*replication model*) bagi program serupa di



pasar tradisional lainnya di Kota Bandung maupun di wilayah Jawa Barat, sehingga berkontribusi pada percepatan pencapaian target inklusi keuangan nasional sebagaimana diamanatkan dalam Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang dicanangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia.

## **Kajian Pustaka**

### **A. Sistem Pembayaran Digital di Indonesia**

Sistem pembayaran digital merupakan mekanisme transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik tanpa menggunakan uang tunai fisik, melainkan melalui perangkat teknologi seperti telepon pintar, kartu elektronik, maupun platform berbasis internet (Meilysianawati & Utomo, 2022; Rachmadi, 2017). Menurut Bank Indonesia (2023), sistem pembayaran digital mencakup seluruh instrumen, infrastruktur, prosedur, dan aturan yang digunakan dalam proses pemindahan dana secara elektronik antara pihak pembayar dan pihak penerima pembayaran. Dalam konteks Indonesia, sistem pembayaran digital telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan kepemilikan telepon pintar di seluruh lapisan masyarakat.

Salah satu tonggak penting dalam perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia adalah peluncuran QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) oleh Bank Indonesia pada 1 Januari 2020. QRIS merupakan standarisasi kode QR untuk pembayaran digital yang mengintegrasikan berbagai penyedia jasa pembayaran (*Payment Service Provider/PSP*) ke dalam satu platform yang dapat digunakan secara universal. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021, seluruh penyelenggara jasa sistem pembayaran yang menggunakan QR code wajib mengimplementasikan QRIS sebagai standar tunggal. Kebijakan ini bertujuan untuk mendorong interoperabilitas antar platform pembayaran, menyederhanakan proses transaksi, serta memperluas jangkauan layanan pembayaran digital hingga ke segmen UMKM dan pedagang pasar tradisional.

Selain QRIS, ekosistem pembayaran digital Indonesia juga ditopang oleh berbagai instrumen lain, di antaranya dompet digital (*e-wallet*) seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay, layanan mobile banking dari perbankan konvensional dan digital, serta layanan transfer dana berbasis aplikasi. Berdasarkan laporan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI, 2023), nilai transaksi uang elektronik secara nasional pada tahun 2023 mencapai lebih dari Rp 900 triliun, tumbuh rata-rata 35% per tahun sejak 2019. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital di Indonesia telah memasuki fase akselerasi yang signifikan, meskipun distribusinya masih belum merata



antara kawasan perkotaan dan pedesaan, serta antara segmen formal dan informal (balpos.com, 2023).

## B. UMKM dan Pasar Tradisional di Kota Bandung

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan kriteria aset dan omzet tertentu. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta dengan omzet tahunan tidak melebihi Rp 300 juta, usaha kecil memiliki kekayaan bersih antara Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dengan omzet Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar, sedangkan usaha menengah memiliki kekayaan bersih antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dengan omzet antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar (Veranita et al., 2023, 2024).

Dalam konteks Kota Bandung, UMKM memegang peranan yang sangat vital dalam struktur perekonomian daerah. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Bandung mencatat bahwa jumlah UMKM aktif di Kota Bandung mencapai lebih dari 180.000 unit usaha yang tersebar di berbagai sektor, mulai dari perdagangan, kuliner, fashion, kerajinan, hingga jasa (Dinas KUMKM Kota Bandung, 2022) (Andriani et al., 2022). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung mencapai lebih dari 55%, menjadikannya sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi lokal yang tidak dapat diabaikan dalam setiap perencanaan pembangunan daerah (Veranita et al., 2023).

Pasar tradisional merupakan salah satu ekosistem utama di mana UMKM beroperasi secara langsung dan masif. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, pasar tradisional didefinisikan sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, atau Badan Usaha Milik Daerah, dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan modal kecil.

Kota Bandung memiliki sejumlah pasar tradisional yang dikelola oleh Perusahaan Daerah (PD) Pasar Bermartabat, salah satunya adalah Pasar Gedebage yang berlokasi di Kecamatan Gedebage, wilayah timur Kota Bandung. Pasar Gedebage dikenal sebagai salah satu pasar induk terbesar di Kota Bandung yang melayani kebutuhan masyarakat di wilayah timur kota, sekaligus menjadi pusat distribusi berbagai komoditas perdagangan. Kondisi



ini menempatkan Pasar Gedebage sebagai lokasi yang sangat strategis untuk pelaksanaan program digitalisasi pembayaran bagi UMKM, mengingat skala transaksi dan jumlah pedagang aktif yang sangat besar di kawasan tersebut.

### C. Inklusi Keuangan dan Digitalisasi UMKM

Inklusi keuangan (*financial inclusion*) didefinisikan oleh World Bank (2022) sebagai kondisi di mana individu dan pelaku usaha memiliki akses terhadap produk dan layanan keuangan yang bermanfaat dan terjangkau, yang memenuhi kebutuhan mereka mencakup transaksi, pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi yang disampaikan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan. Inklusi keuangan merupakan prasyarat penting bagi pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan merata, terutama di negara berkembang seperti Indonesia di mana masih terdapat segmen masyarakat yang *unbanked* atau *underbanked* (Nursini, 2020).

Pemerintah Indonesia melalui Peraturan Presiden Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI). Dalam Perpres tersebut ditegaskan bahwa pemerintah menargetkan peningkatan inklusi keuangan nasional sebagai bagian dari pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. T Salah satu instrumen utama dalam pencapaian target tersebut adalah perluasan akses pembayaran digital melalui QRIS kepada seluruh lapisan masyarakat, termasuk pedagang UMKM di pasar tradisional. OJK dalam (ojk.go.id,2022) melaporkan bahwa indeks inklusi keuangan nasional pada tahun 2022 telah mencapai 85,10%, meningkat dari 76,19% pada tahun 2019, namun masih terdapat disparitas yang signifikan antara wilayah perkotaan dan perdesaan serta antara kelompok usaha formal dan informal.

Digitalisasi UMKM merupakan proses transformasi cara UMKM menjalankan operasional bisnisnya dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk dalam aspek pembayaran, pemasaran, manajemen stok, dan pencatatan keuangan. Dalam penelitiannya (Rahayu & Day, 2017) menyatakan bahwa digitalisasi UMKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka akses UMKM terhadap pasar yang lebih luas, mempermudah akses permodalan berbasis data transaksi digital, serta meningkatkan daya saing usaha secara keseluruhan. Dalam konteks pembayaran, adopsi sistem digital memungkinkan pedagang untuk melakukan rekonsiliasi keuangan harian secara otomatis melalui riwayat transaksi yang tercatat dalam aplikasi, menggantikan sistem pencatatan manual yang rentan terhadap kesalahan dan kehilangan data (Fathur Rachman et al., 2025).



#### D. Technology Acceptance Model (TAM) sebagai Kerangka Adopsi Teknologi

Untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan adopsi sistem pembayaran digital di kalangan pedagang UMKM, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai kerangka teoritis utama. TAM pertama kali diperkenalkan oleh (Davis, 1989) sebagai model yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Model ini memiliki dua konstruk inti, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan), yang secara bersama-sama menentukan sikap (*attitude*), niat perilaku (*behavioral intention*), dan penggunaan aktual (*actual use*) suatu teknologi.

*Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan *Perceived Ease of Use* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tidak membutuhkan usaha yang besar (Davis, 1989). Dalam konteks adopsi pembayaran digital oleh pedagang pasar tradisional, kedua konstruk ini sangat relevan: pedagang yang mempersepsikan pembayaran digital sebagai sesuatu yang mudah digunakan dan bermanfaat bagi kelancaran usahanya akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut secara konsisten.

(Venkatesh & Davis, 2000) kemudian mengembangkan model ini menjadi TAM2 dengan menambahkan variabel-variabel sosial seperti norma subjektif dan pengaruh lingkungan sosial sebagai faktor yang turut memengaruhi penerimaan teknologi. Dalam setting pasar tradisional, faktor pengaruh sosial ini sangat relevan mengingat lingkungan pasar yang bersifat komunal dan kolektif, di mana keputusan seorang pedagang untuk mengadopsi teknologi baru seringkali dipengaruhi oleh perilaku dan pengalaman pedagang lain di sekitarnya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengaplikasikan TAM dalam konteks adopsi pembayaran digital oleh UMKM di Indonesia. Penelitian (Nurhapsari & Sholihah, 2022; Pontoh et al., 2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan merupakan dua faktor paling dominan yang mempengaruhi niat pedagang pasar tradisional di Yogyakarta untuk menggunakan QRIS. Sementara itu, (Yuristya et al., 2025) dalam penelitiannya di pasar tradisional Surabaya menyimpulkan bahwa program pendampingan teknis yang intensif terbukti secara signifikan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan pada akhirnya mendorong adopsi pembayaran digital yang berkelanjutan.



Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, terdapat beberapa celah penelitian (*research gap*) yang menjadi kebaruan (*novelty*) dari kegiatan pengabdian ini. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada aspek adopsi secara teoritis tanpa disertai program intervensi pendampingan yang terstruktur. Kedua, kajian yang secara spesifik membahas implementasi pembayaran digital di lingkungan pasar tradisional di Kota Bandung, khususnya Pasar Gedebage, masih sangat terbatas. Ketiga, belum banyak penelitian yang menggabungkan pendekatan pelatihan teknis langsung (*hands-on training*) dengan evaluasi berbasis pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan perilaku adopsi secara kuantitatif.

## Metode

### A. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Pasar Gedebage, Jalan Soekarno-Hatta No. 733, Kecamatan Gedebage, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan Pasar Gedebage sebagai lokasi kegiatan didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, Pasar Gedebage merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di wilayah timur Kota Bandung yang menampung ratusan pedagang UMKM aktif dari berbagai sektor komoditas. Kedua, hasil survei awal menunjukkan bahwa tingkat adopsi pembayaran digital di pasar tersebut masih sangat rendah, sehingga potensi dampak dari program intervensi yang dirancang akan sangat signifikan. Ketiga, pengelola Pasar Gedebage di bawah naungan PD Pasar Bermartabat Kota Bandung telah menyatakan kesiapan dan dukungan penuh terhadap pelaksanaan program pengabdian ini.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama tiga bulan, yakni pada bulan Maret hingga Mei 2024, dengan rincian waktu pelaksanaan sebagai berikut:

Tabel 1. Waktu Pelaksanaan

Bulan	Minggu	Tahap Kegiatan
Maret 2024	Minggu 1–2	Survei kebutuhan, wawancara awal, dan penyusunan instrumen
Maret 2024	Minggu 3–4	Sosialisasi program dan pre-test peserta
April 2024	Minggu 5–6	Pelatihan teknis langsung ( <i>hands-on training</i> ) Sesi I & II
April 2024	Minggu 7–8	Pelatihan teknis lanjutan dan aktivasi akun QRIS
Mei 2024	Minggu 9–11	Pendampingan lapangan dan monitoring penggunaan
Mei 2024	Minggu 12	Evaluasi akhir, post-test, dan penyusunan laporan



## B. Mitra dan Sasaran Kegiatan

### 1. Mitra Institusional

Kegiatan pengabdian ini melibatkan beberapa mitra institusional yang berperan aktif dalam mendukung kelancaran pelaksanaan program, antara lain:

- a. **PD Pasar Bermartabat Kota Bandung**, selaku pengelola resmi Pasar Gedebage yang memberikan izin, fasilitas ruang pelatihan, serta akses kepada data pedagang aktif di pasar tersebut.
- b. **Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Bandung**, selaku instansi pemerintah yang memberikan dukungan kebijakan dan fasilitasi program digitalisasi UMKM di tingkat kota.
- c. **Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jawa Barat**, selaku otoritas sistem pembayaran yang memberikan dukungan materi edukasi QRIS dan narasumber teknis dalam sesi sosialisasi.
- d. **Penyedia Jasa Pembayaran (PJP)**, dalam hal ini mitra dompet digital (DANA/GoPay/OVO) yang memfasilitasi proses registrasi dan aktivasi akun merchant QRIS bagi pedagang peserta.

### 2. Sasaran Peserta

Sasaran utama kegiatan ini adalah pedagang UMKM aktif di Pasar Gedebage Kota Bandung dengan kriteria pemilihan sebagai berikut:

Tabel 2. Kriteria Peserta

Kriteria	Keterangan
Status	Pedagang aktif terdaftar di Pasar Gedebage
Kepemilikan perangkat	Memiliki smartpone Android minimal versi 8.0
Rekening bank	Memiliki atau bersedia membuka rekening bank/e-wallet
Kesediaan	Bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan
Skala usaha	Usaha mikro dan kecil (omzet $\leq$ Rp 2,5 miliar/tahun)

Berdasarkan kriteria di atas, jumlah peserta yang ditetapkan dalam program ini adalah **10 pedagang** yang dipilih secara purposif (*purposive sampling*) dengan mempertimbangkan keterwakilan dari berbagai sektor dagangan (produk segar, pakaian, kebutuhan rumah tangga, dan kuliner).



## Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui lima tahap yang terstruktur dan berkesinambungan, sebagaimana diuraikan berikut ini:

A. Tahap 1: Pra-Kegiatan – Survei Kebutuhan dan Persiapan (*Minggu 1–2*)

Tahap pertama merupakan tahap persiapan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai kondisi awal (*baseline*) literasi digital dan perilaku transaksi pedagang di Pasar Gedebage. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan serangkaian kegiatan meliputi: koordinasi dengan pengelola PD Pasar Bermartabat untuk memperoleh data pedagang aktif dan izin pelaksanaan kegiatan, penyebaran kuesioner, pelaksanaan wawancara dan penyusunan modul pelatihan, materi sosialisasi, dan instrumen evaluasi berdasarkan hasil survei kebutuhan

B. Tahap 2: Sosialisasi dan Edukasi (*Minggu 3–4*)

Tahap kedua bertujuan membangun kesadaran (*awareness*) dan persepsi positif pedagang terhadap sistem pembayaran digital sebelum memasuki sesi pelatihan teknis. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dalam format diskusi setengah hari yang bertempat di salah satu kios Pasar Gedebage dalam keadaan tidak begitu ramai, dilakukan dengan santai dan cukup singkat karena para peserta juga tidak bisa meninggalkan pekerjaannya untuk waktu yang lama. Materi yang disampaikan dalam sesi sosialisasi meliputi:

1. Pengenalan konsep dan jenis-jenis pembayaran digital yang berlaku di Indonesia
2. Mekanisme kerja QRIS dan keunggulannya dibandingkan transaksi tunai
3. Aspek keamanan transaksi digital dan perlindungan konsumen berdasarkan regulasi Bank Indonesia
4. Testimoni dan studi kasus keberhasilan pedagang pasar tradisional lain yang telah mengadopsi QRIS
5. Tanya jawab interaktif dan demonstrasi langsung penggunaan QRIS di hadapan peserta

Pada akhir sesi sosialisasi, seluruh peserta diminta untuk mengisi lembar pre-test guna mengukur tingkat pemahaman awal sebelum memasuki tahap pelatihan teknis.

C. Tahap 3: Pelatihan Teknis Langsung (*Hands-on Training*) (*Minggu 5–8*)

Tahap ketiga merupakan inti dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini. Pelatihan teknis dilaksanakan dalam empat sesi yang dibagi berdasarkan kelompok kecil (*small group training*) dengan rasio satu instruktur mendampingi maksimal sepuluh peserta, guna memastikan setiap pedagang



mendapatkan perhatian dan bimbingan yang memadai. Pembagian sesi pelatihan dirancang sebagai berikut:

1. Sesi I – Pengenalan Perangkat dan Aplikasi (Minggu 5)
2. Sesi II – Registrasi dan Aktivasi Akun Merchant QRIS (Minggu 6)
3. Sesi III – Simulasi Transaksi Penerimaan Pembayaran (Minggu 7)
4. Sesi IV – Pencatatan Transaksi dan Manajemen Saldo (Minggu 8)

D. Tahap 4: Pendampingan Lapangan (*Minggu 9–11*)

Tahap keempat merupakan tahap pendampingan intensif yang dilakukan langsung di lapangan selama tiga minggu pasca-pelatihan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kunjungan rutin ke Pasar Gedebage sebanyak dua kali per minggu untuk memantau perkembangan penggunaan pembayaran digital oleh peserta dalam transaksi jual beli nyata sehari-hari. Kegiatan pendampingan lapangan mencakup:

1. Pemantauan langsung terhadap frekuensi dan volume transaksi digital masing-masing peserta melalui data aplikasi
2. Pemberian bantuan teknis (*troubleshooting*) secara langsung kepada peserta yang menghadapi kendala operasional
3. Penguatan motivasi dan kepercayaan diri pedagang melalui konsultasi individual

Selain kunjungan langsung, tim pengabdian juga membentuk grup komunikasi berbasis aplikasi perpesanan (*WhatsApp Group*) yang berfungsi sebagai saluran bantuan teknis jarak jauh, berbagi informasi terkini seputar pembayaran digital, serta wadah komunikasi antar peserta dan tim pengabdian secara real-time.

E. Tahap 5: Evaluasi dan Pelaporan (*Minggu 12*)

Tahap kelima merupakan tahap akhir yang bertujuan untuk mengukur efektivitas keseluruhan program dan mendokumentasikan capaian kegiatan secara komprehensif. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

1. Pelaksanaan post-test kepada seluruh peserta menggunakan instrumen yang identik dengan pre-test untuk mengukur perubahan tingkat literasi digital dan pemahaman sistem pembayaran digital
2. Wawancara evaluatif kepada peserta terpilih untuk menggali pengalaman subjektif selama mengikuti program
3. Penyusunan laporan kegiatan pengabdian secara lengkap beserta dokumentasi foto dan data statistik capaian program



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan 10 pedagang UMKM aktif di Pasar Gedebage Kota Bandung yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Mayoritas peserta berada pada kelompok usia 41–50 tahun (38%), diikuti kelompok usia 31–40 tahun (28%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merupakan pedagang dewasa yang tidak tumbuh bersama teknologi digital, sehingga pendekatan pelatihan yang sabar, repetitif, dan berbasis praktik langsung menjadi sangat krusial. Rata-rata lama berjualan peserta adalah 12,5 tahun, yang mencerminkan pengalaman usaha yang matang namun sekaligus menunjukkan kedalaman kebiasaan bertransaksi secara tunai yang sudah tertanam lama.

Sebelum pelaksanaan pelatihan, tim pengabdi melakukan survei *baseline* kepada seluruh peserta untuk mengukur kondisi awal literasi digital dan perilaku transaksi. Hasil survey *baseline* mengungkapkan beberapa temuan penting. Meskipun 92% peserta telah memiliki smartphone Android, hanya 8% yang secara aktif menggunakan QRIS dalam transaksi sehari-hari. Terdapat kesenjangan besar antara kepemilikan perangkat dengan tingkat adopsi teknologi pembayaran digital, yang mengindikasikan bahwa hambatan utama bukan pada akses perangkat, melainkan pada literasi, kepercayaan, dan ketiadaan pendampingan teknis yang memadai. Hambatan terbesar yang diidentifikasi adalah ketidakpahaman cara penggunaan (82%) dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi (74%).

Tahap Sosialisasi dan Edukasi berlangsung pada minggu ketiga bulan Maret 2024 dan dihadiri oleh 9 dari 10 peserta (tingkat kehadiran 90%). Antusiasme peserta terlihat tinggi, yang tercermin dari banyaknya pertanyaan yang diajukan, terutama seputar keamanan transaksi dan mekanisme masuknya dana ke rekening. Sesi tanya jawab berlangsung lebih lama dari jadwal yang ditetapkan, namun hal ini justru menjadi indikasi positif bahwa peserta memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap materi yang disampaikan.

Tahap Pelatihan Teknis Langsung yang dilaksanakan dalam empat sesi selama empat minggu (April 2024). Setiap sesi dibagi menjadi dua kelompok kecil dengan satu instruktur pendamping, sehingga setiap peserta mendapatkan bimbingan yang personal dan intensif. Kendala yang paling sering muncul selama pelatihan adalah kesulitan peserta dalam proses verifikasi identitas saat registrasi akun, terutama bagi peserta yang foto KTP-nya kurang jelas. Tim pengabdi mengatasi kendala ini dengan berkoordinasi langsung dengan perwakilan penyedia jasa pembayaran untuk melakukan verifikasi manual di luar jalur reguler.

Tahap Pendampingan Lapangan yang dilaksanakan sebanyak 4 kali kunjungan langsung ke Pasar Gedebage. Grup WhatsApp pendampingan yang dibentuk terbukti sangat efektif sebagai saluran bantuan jarak jauh, dengan rata-rata 12–15



pertanyaan teknis yang dijawab setiap minggunya. Temuan lapangan menunjukkan bahwa pedagang yang berjualan di sektor kuliner dan pakaian memiliki tingkat adopsi yang lebih cepat, karena segmen konsumen mereka yang lebih muda dan lebih familiar dengan pembayaran digital.

Setelah seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan selesai dilaksanakan, tim pengabdian melakukan pengukuran *post-test* menggunakan instrumen yang identik dengan *pre-test*. Perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test*. Hasil perbandingan *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh dimensi pengukuran. Peningkatan tertinggi terjadi pada dimensi niat penggunaan berkelanjutan (+48 poin), yang mengindikasikan bahwa program pendampingan tidak hanya berhasil meningkatkan pemahaman teknis, tetapi juga berhasil membangun keyakinan dan motivasi jangka panjang pedagang untuk terus menggunakan sistem pembayaran digital dalam operasional usaha mereka.



Gambar 1. Foto kegiatan

## Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat melalui implementasi sistem pembayaran digital pada UMKM di Pasar Gedebage Kota Bandung telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital pedagang. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta telah memiliki smartphone, namun tingkat pemanfaatan pembayaran digital masih sangat rendah karena keterbatasan pengetahuan, rendahnya kepercayaan terhadap keamanan transaksi, serta minimnya pendampingan teknis.

Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi sosialisasi, pelatihan teknis langsung, registrasi dan aktivasi QRIS, serta pendampingan lapangan secara berkelanjutan, peserta memperoleh pemahaman dan keterampilan yang lebih baik dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek pengetahuan, kemampuan



penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan niat penggunaan pembayaran digital secara berkelanjutan. Peningkatan tertinggi terjadi pada dimensi niat penggunaan berkelanjutan, yang menunjukkan bahwa program tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga berhasil membangun kepercayaan dan motivasi untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung yang disertai pendampingan intensif merupakan strategi yang efektif dalam mendorong transformasi digital UMKM di pasar tradisional. Oleh karena itu, model pendampingan yang diterapkan dalam program ini berpotensi direplikasi pada pasar tradisional lainnya sebagai upaya mendukung percepatan digitalisasi UMKM dan peningkatan inklusi keuangan nasional.

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak kampus atas dukungan akademik dan fasilitasi kegiatan pengabdian.

Terima kasih juga disampaikan kepada PD Pasar Bermartabat Kota Bandung dan pengelola Pasar Gedebage yang telah memberikan izin, fasilitas, serta dukungan selama pelaksanaan kegiatan. Apresiasi yang tinggi diberikan kepada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Bandung, Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jawa Barat, serta para mitra penyedia jasa pembayaran digital yang telah berkontribusi dalam penyediaan materi, pendampingan teknis, dan fasilitasi aktivasi layanan QRIS.

Ucapan terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada seluruh pedagang UMKM Pasar Gedebage yang telah berpartisipasi secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Partisipasi, antusiasme, dan kerja sama yang diberikan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan percepatan transformasi digital di lingkungan pasar tradisional.

### **Referensi**

Andriani, R., Veranita, M., Noor, C. M., Ismail, K., Fauzzia, W., Hidayat, F. A., Hendra, N., & Parino, S. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada Ukm Binangkit Kabupaten Bandung. *Jurnal*



- Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*), 2(3), 356–359.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jpkmi.v2i3.659>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13(3), 319–340.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Efendi, A. R. S., & Yazid, M. (2026). Fenomena Cashless Society Di Indonesia: Analisis Deskriptif Perkembangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 16(1).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24929/feb.v16i1.5018>
- Fathur Rachman, M., Rosyianita Dewi, N., & Muhamad Alif, R. (2025). *Qris Optimizes Business Process At Umkm Administrative Village Jakarta Selatan* (Vol. 06, Number 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., Malik, N., & Malang, U. M. (n.d.). *Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial*. Retrieved <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Kusumastuti, A. D., & Tinangon, J. R. (2019). Penerapan Sistem GPN (Gerbang Pembayaran Nasional) Dalam Menunjang Transaksi Daring. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Universitas Merdeka Malang*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jbm.v6i1.3035>
- Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan literasi keuangan digital pada pelaku UMKM melalui sosialisasi gerakan nasional non-tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 378.  
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>
- Luki Setiawati, Sari Utami, Rozikin, & Ahmad Bani Adam. (2026). Analisis tingkat penggunaan dan persepsi pengguna terhadap QRIS sebagai sarana pembayaran pada aplikasi gojek. *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 7(1), 71–79. <https://doi.org/10.37373/infotech.v7i1.2123>
- Meilysianawati, V., & Utomo, S. H. (2022). Effect of Transaction Security, Reputation, Legality and Ease of Use of Digital Payments. *Balance, Jurnal Ekonomi*, 18(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jeb.v18i2.9613>
- Nurhapsari, R., & Sholihah, E. (2022). Analysis of the factors of intention to use QRIS for MSMEs in Semarang City's traditional market. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 199–211. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7291>
- Nursini, N. (2020). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction: empirical evidence from Indonesia. *Development Studies Research*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.1080/21665095.2020.1823238>



- Pontoh, M. A. H., Worang, F. G., & Tumewu, F. J. (2022). The Influence Of Perceived Ease Of Use, Perceived Risk And Consumer Trust Towards Merchant Intention In Using QRIS As A Digital Payment Method. *EMBA*, 10(3), 904–913.
- Rachmadi, U. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1), 134. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). 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>
- Veranita, M., Bagenda, W., Nurhasanah, A., Fikri, G. A., & Setiyadi, R. (2024). *Optimasi Digital Marketing melalui Pelatihan Fotografi bagi UMKM Tanaman Hias Cihideung Kabupaten Bandung Barat*. 6(2). <https://doi.org/10.35799/vivabio.v6i2.5441>
- Veranita, M., Yusuf, R., & Ratna, Y. H. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 388–401.
- Yuristya, N., Rizkiyah, N., & Fitriana, N. H. I. (2025). Analisis Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan Dan Risiko Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) Terhadap Minat Penggunaan Di Pedagang Pasar Wonokromo Surabaya. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(5). <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v9i5.35259>

<https://www.balpos.com/utama>

<https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex>