

ABSTRAK

Pasar tradisional merupakan sebuah ekosistem bisnis sekaligus pusat kegiatan ekonomi masyarakat yang menopang kehidupan masyarakat luas. Semua pemeran di sektor ekonomi termasuk pasar tradisional dipaksa untuk melakukan perubahan akibat dari pemberlakuan PSBB ditengah pandemi Covid-19. Adopsi teknologi di pasar tradisional disebut sebagai salah satu solusi yang dicanangkan pemerintah pusat di tengah kondisi pandemi. Dalam penelitian ini penulis akan mengupas faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan pedagang di pasar tradisional untuk adopsi teknologi dengan studi kasus Pasar tradisional Desa Ciparay dengan pendekatan *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) setelah dibuktikan dengan penelitian terdahulu bahwa model ini dapat menjelaskan secara akurat mengenai kesiapan adopsi teknologi dengan jelas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian dilakukan dengan cara sensus ke seluruh pedagang pasar yang berjumlah 345 responden dan diolah secara kuantitatif menggunakan analisa TRAM lalu di konfirmasi berdasarkan pernyataan dari pengelola Pasar Desa serta pedagang dan pembeli yang selanjutnya menghasilkan rumusan strategi formulasi.

Diperoleh dua hasil penelitian yaitu (a) model yang diperoleh dari analisa kuantitatif menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen dan dependen pada penelitian menunjukkan hasil signifikan dan hasil uji hipotesis yang positif dan (b) rumusan strategi formulasi transformasi digital yang diperoleh dari analisa model akhir yang merumuskan faktor-faktor yang harus diimplementasikan di Pasar Tradisional Desa Ciparay sebagai langkah untuk menerapkan transformasi digital. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah (a) bahwa *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) adalah model yang dapat menjelaskan secara akurat mengenai kondisi eksisting dalam penerimaan teknologi di Pasar Tradisional Desa Ciparay, (b) variabel *Perceived Ease of Use* merupakan yang paling berpengaruh terhadap *Intention of Use*, (c) variabel *Optimism* adalah variabel independen yang paling berpengaruh signifikan terhadap *Perceive ease of Use* dan memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding variabel independen yang lain di kondisi eksisting.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, *Technology Readiness Index* (TRI), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM)