

DINAMIKA RESISTENSI DAN ADOPSI QRIS PADA UMKM MAKASSAR: ANALISIS KUALITATIF DENGAN PENDEKATAN TEORI NUDGE

Fina Ruzika Zaimar^{1*}, Adriansyah², Hasisa Haruna³, Wiwin Riski Windarsari⁴,
Achmad Ridha⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

e-mail: ¹fina.ruzika.zaimar@unm.ac.id, ²adriansyah@unm.ac.id, ³hasisa.haruna@unm.ac.id,
⁴wiwin.riski.windarsari@unm.ac.id, ⁵achmad.ridha@unm.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
01-08-2025	07-08-2025	08-08-2025

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dinamika resistensi dan adopsi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kerangka Teori Nudge. Studi ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat adopsi QRIS, dengan menggali perspektif dari pelaku usaha pengguna dan non-pengguna. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 10 pelaku UMKM di sektor kuliner dan dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk mengadopsi QRIS dipengaruhi oleh faktor seperti kemudahan akses (*simplification*), pengaruh sosial (*social norm*), pengaturan pilihan bawaan (*default option*), keterlihatan informasi (*saliency*), cara penyampaian informasi (*framing*), dan pemberian umpan balik (*feedback*). Sebaliknya, resistensi terhadap QRIS dipicu oleh keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap manfaat, serta kekhawatiran terhadap risiko transaksi digital. Temuan ini menegaskan relevansi Teori Nudge dalam menjelaskan perilaku pengambilan keputusan UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi berbasis perilaku dalam mendorong inklusi keuangan digital di sektor UMKM.

Kata Kunci: Inklusi Keuangan Digital ; QRIS, Resistensi Teknologi ; Teori Nudge, UMKM

This study aims to explore the dynamics of resistance and adoption Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Makassar City using a qualitative approach and the Nudge Theory framework. This study focuses on an in-depth understanding of the factors that encourage and hinder QRIS adoption, by exploring the perspectives of both user and non-user businesses. Data were obtained through in-depth interviews with 10 MSMEs in the culinary sector and analyzed using thematic analysis methods. The results show that the decision to adopt QRIS is influenced by factors such as ease of access (simplification), social influence (social norm), default option settings (default option), information visibility (saliency), the way of conveying information (framing), and providing feedback (feedback). Conversely, resistance to QRIS is driven by limited digital literacy, a lack of understanding of the benefits, and concerns about the risks of digital transactions. This finding confirms the relevance of Nudge Theory in explaining MSME decision-making behavior. This research contributes to the development of behavior-based strategies to promote digital financial inclusion in the MSME sector.

Keywords: Digital Financial Inclusion; QRIS; Technology Resistance; Nudge Theory; MSMEs

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sistem pembayaran merupakan salah satu pilar utama dalam strategi inklusi keuangan nasional. Bank Indonesia, meluncurkan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada tahun 2019, berupaya mendorong integrasi sistem pembayaran digital secara luas, termasuk ke sektor informal seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan juga bagian dari Visi Sistem Pembayaran Indonesia 2025. Standar ini akan digunakan untuk semua pembayaran elektronik yang menggunakan kode QR, termasuk *mobile banking* dan dompet elektronik. Tujuannya adalah untuk membuat QRIS saling terhubung dan mengarah pada interoperabilitas di antara penyedia pembayaran dan sumber dana apa pun yang dirancang untuk menyederhanakan berbagai metode pembayaran elektronik melalui satu kode QR yang terstandarisasi, sehingga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akses terhadap layanan keuangan formal (Ricky Satria, 2025). Meskipun demikian, tingkat adopsi QRIS di kalangan UMKM masih menunjukkan ketimpangan. Beberapa pelaku usaha telah menggunakan QRIS secara aktif dan merasakan manfaatnya, namun tidak sedikit pula yang belum mengadopsinya, baik karena resistensi maupun keterbatasan tertentu. Fenomena resistensi terhadap inovasi teknologi bukanlah hal yang baru, khususnya di sektor UMKM yang sering kali menghadapi tantangan seperti keterbatasan literasi digital, persepsi risiko, dan kurangnya kepercayaan terhadap sistem baru. Dalam konteks ini, pendekatan ekonomi perilaku (*behavioral economics*), khususnya Teori Nudge yang dikembangkan oleh Thaler dan Sunstein (2021), menawarkan perspektif yang relevan. Teori ini menjelaskan bagaimana perilaku individu dapat dipengaruhi oleh struktur pilihan (*choice architecture*) tanpa paksaan, melalui intervensi kecil atau “dorongan” yang bersifat halus. Konsep-konsep seperti *default option*, *framing*, *saliency*, *simplification*, *feedback* dan norma sosial memainkan peran penting dalam membentuk keputusan adopsi teknologi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dinamika resistensi dan adopsi QRIS di kalangan pelaku UMKM di Kota Makassar dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis Teori Nudge. Dengan membandingkan perspektif pengguna dan non-pengguna, studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor perilaku yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan digital di sektor UMKM.

Relevansi penelitian ini juga diperkuat oleh sejumlah studi empiris terkini di Indonesia. Misalnya, penelitian oleh Nur Zhafika Syamsul et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS pada UMKM di Kabupaten Pinrang. Nia Monica Putri et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi, kepercayaan, dan kemudahan sistem memengaruhi adopsi QRIS di Kota Bengkulu. Rachmawati et al. (2023) mengungkapkan bahwa lingkungan sosial dan tingkat pendidikan menjadi faktor moderasi dalam proses adopsi QRIS di Surakarta. Sementara itu, Hartati et al. (2024) menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menganalisis pemahaman *fintech* dan literasi keuangan pada merchant QRIS di Bengkulu. Zakiah Balqis et al. (2024) meneliti pengaruh kesederhanaan sistem dan literasi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Pontianak. Rachman et al. (2025) menyoroti penggunaan QRIS di sektor kuliner Kota Medan dengan pendekatan TAM, sedangkan Walenta et al. (2025) menekankan pentingnya transformasi keuangan digital dalam praktik usaha rintisan. Selain itu, Novinda et al. (2025) serta Anisah dan Amaniyah (2024) mengkaji pengaruh literasi digital dan keuangan, serta persepsi risiko transaksi terhadap minat penggunaan QRIS. Alfiana et al. (2025) menyajikan tinjauan literatur mendalam terkait adopsi QRIS oleh UMKM, termasuk hambatan dan strategi promosi yang efektif.

Dibandingkan dengan penelitian-penelitian tersebut, studi ini memberikan perspektif baru dengan mengintegrasikan pendekatan Teori Nudge, khususnya pada elemen seperti *default*

option, framing untung/rugi, *saliency, feedback*, dan *perceived complexity*. Komponen perilaku ini masih jarang dibahas dalam literatur adopsi QRIS di Indonesia, terutama melalui pendekatan analisis tematik kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengayaan literatur ekonomi perilaku dalam konteks transformasi digital UMKM di Indonesia. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi berbasis perilaku dalam mendorong inklusi keuangan digital di sektor UMKM.

REVIU LITERATUR

Teori Nudge dan Arsitektur Pilihan

Teori nudge pertama kali diperkenalkan oleh Richard H. Thaler dan Cass R. Sunstein (2021) dalam karya fenomenalnya *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Teori ini merupakan cabang dari ekonomi perilaku yang menyoroiti bagaimana keputusan manusia kerap dipengaruhi oleh bias kognitif, heuristik, dan konteks sosial—tanpa intervensi secara langsung atau paksaan. Nudge dimaknai sebagai dorongan halus yang mengarahkan perilaku individu ke arah yang lebih baik, tanpa mengurangi kebebasan memilih. Dalam konteks adopsi teknologi, konsep ini sangat relevan karena banyak keputusan yang diambil UMKM didasarkan pada keterbatasan informasi, persepsi risiko, dan pengaruh sosial yang tidak sepenuhnya rasional.

Arsitektur pilihan (*choice architecture*) berperan sebagai kerangka bagaimana opsi-opsi disusun dan disajikan kepada pengambil keputusan. Jika pilihan disusun dengan cara tertentu misalnya, dengan menjadikan QRIS sebagai fitur default di aplikasi keuangan maka pelaku usaha lebih cenderung untuk mengadopsinya tanpa harus melalui proses kognitif yang rumit. Elemen-elemen utama dari teori nudge yang relevan dalam studi ini mencakup:

1. *Default Option* : pilihan yang secara otomatis tersedia atau diaktifkan,
2. *Framing* : cara informasi disampaikan (keuntungan atau kerugian),
3. *Saliency* : keterlihatan dan kejelasan manfaat,
4. *Simplification* : kemudahan pemahaman dan operasionalisasi,
5. *Feedback* : adanya umpan balik langsung yang membantu pengambilan keputusan,
6. *Social Norm* : pengaruh norma atau perilaku yang lazim di lingkungan sosial.

Dalam berbagai studi kebijakan publik dan digitalisasi layanan, keenam elemen ini terbukti meningkatkan keterlibatan pengguna, efektivitas adopsi teknologi, serta menurunkan tingkat resistensi (Sunstein, 2020; Halim & Rahayu, 2023). Namun, pendekatan ini masih belum banyak diterapkan dalam konteks UMKM Indonesia secara sistematis.

Adopsi Teknologi Pembayaran Digital oleh UMKM

UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia kerap menghadapi hambatan dalam transformasi digital, khususnya dalam penggunaan sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS. Studi oleh Syamsul et al. (2022) menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan dan digital memainkan peran krusial dalam meningkatkan tingkat adopsi. Kemudahan penggunaan (*ease of use*), kepercayaan terhadap penyedia layanan (*trust*), serta pengalaman positif sebelumnya turut memperkuat niat untuk menggunakan QRIS secara konsisten (Putri et al., 2023).

Berbagai model teori digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model TAM mengedepankan peran *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam membentuk niat perilaku pengguna (Hartati et al., 2022; Rachman et al., 2022). Namun, kelemahan utama dari model-model tersebut adalah sifatnya yang terlalu kognitif dan mengabaikan faktor afektif serta sosial-psikologis yang sering kali lebih dominan dalam konteks UMKM mikro dan tradisional. Penelitian ini mencoba

mengisi celah tersebut dengan mengadopsi Teori Nudge sebagai pendekatan perilaku yang lebih adaptif terhadap realitas lapangan, terutama di daerah yang tingkat literasi digital dan adopsi teknologinya masih rendah.

Resistensi terhadap Inovasi Teknologi

Resistensi terhadap perubahan, terutama dalam bentuk inovasi digital, merupakan fenomena umum dalam dunia usaha mikro dan kecil. Dalam konteks QRIS, resistensi ini muncul dalam berbagai bentuk: dari penolakan langsung, sikap skeptis, hingga keterlambatan adopsi. Anisah & Amaniyah (2022) mencatat bahwa resistensi dipicu oleh persepsi kerumitan (*perceived complexity*), ketakutan terhadap kesalahan transaksi, serta anggapan bahwa sistem pembayaran digital tidak cocok dengan karakter usaha tradisional.

Riset Novinda & Syahrir (2023) juga menunjukkan bahwa ketiadaan edukasi visual dan sosial memperkuat keraguan terhadap manfaat QRIS. Informasi yang hanya disampaikan melalui brosur atau instruksi teknis tidak cukup untuk mengatasi hambatan persepsi. Balqis dan Rahmah (2022) menyimpulkan bahwa penyederhanaan sistem, pendampingan lapangan, dan umpan balik visual secara langsung terbukti mempercepat adopsi QRIS dan meningkatkan pendapatan harian UMKM.

Namun, masih terbatasnya penelitian yang mengeksplorasi resistensi ini dengan lensa perilaku (*behavioral lens*) menjadi tantangan tersendiri. Alfiana dan Haryanto (2022) melalui telaah literatur menggarisbawahi pentingnya studi yang memadukan pendekatan ekonomi perilaku dengan konteks lokal UMKM di Indonesia. Di sinilah posisi penelitian ini menjadi penting sebagai kontribusi konseptual dan praktis.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pemetaan literatur dan studi-studi terdahulu, penelitian ini mengembangkan kerangka konseptual yang menggabungkan enam elemen utama dalam Teori Nudge sebagai determinan perilaku adopsi QRIS pada UMKM. Keenam elemen tersebut dikaji secara terpadu untuk memahami baik resistensi maupun faktor pendorong adopsi:

1. *Default Option*: Ketersediaan QRIS sebagai fitur otomatis dalam aplikasi keuangan dinilai mampu mendorong pelaku usaha untuk langsung mencoba dan menggunakannya tanpa perlu mendaftar ulang.
2. *Social Norm*: Pengaruh lingkungan sosial, khususnya sesama pelaku usaha dan komunitas lokal, berperan dalam membentuk norma perilaku yang mendukung penggunaan QRIS.
3. *Framing*: Informasi yang disampaikan dalam bentuk potensi kerugian jika tidak menggunakan QRIS lebih memengaruhi perilaku dibandingkan penyampaian berbasis keuntungan.
4. *Saliency*: Kejelasan manfaat, kemudahan terlihatnya fitur, dan intensitas promosi QRIS menjadi kunci dalam mendorong kesadaran dan niat penggunaan.
5. *Simplification*: Prosedur aktivasi dan penggunaan QRIS yang sederhana berbanding lurus dengan peningkatan pengalaman positif pengguna, terutama di kalangan pelaku usaha dengan literasi rendah.
6. *Feedback*: Adanya umpan balik langsung dalam bentuk notifikasi transaksi, rekap data penjualan, dan kemudahan evaluasi usaha menjadi pemicu konsistensi penggunaan QRIS.

Kerangka ini dibangun dengan asumsi bahwa perilaku adopsi teknologi, khususnya dalam konteks UMKM di Makassar, lebih dipengaruhi oleh intervensi perilaku yang halus (*nudges*) dibandingkan pendekatan normatif atau struktural semata. Penelitian ini bertujuan untuk menguji relevansi dan kekuatan pengaruh masing-masing elemen tersebut dalam konteks lokal, guna menghasilkan rekomendasi yang aplikatif dan berbasis bukti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif dengan desain studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika resistensi dan adopsi QRIS di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk mengeksplorasi perilaku, persepsi, serta pengalaman subjektif pelaku usaha dalam konteks adopsi teknologi berbasis digital. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM dari sektor kuliner yang beroperasi di wilayah Kota Makassar. Sebanyak 10 informan dipilih secara *purposive* dengan kriteria tertentu, yaitu: 5 pelaku usaha yang telah mengadopsi dan secara aktif menggunakan QRIS dalam kegiatan transaksi; 5 pelaku usaha yang belum menggunakan QRIS dalam aktivitas usahanya. Pemilihan informan dilakukan dengan mempertimbangkan keberagaman lokasi usaha, usia pelaku, serta skala usaha, guna memperoleh variasi perspektif yang representatif. Penelitian ini dilakukan dengan persetujuan sukarela dari seluruh informan, serta menjaga kerahasiaan identitas mereka untuk kepentingan etika penelitian. Analisis dilakukan secara manual dibantu dengan excel untuk memudahkan pengkodean dan visualisasi tema. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interviews*) yang bersifat semi-terstruktur. Panduan wawancara disusun berdasarkan dimensi-dimensi utama dalam Teori Nudge, seperti *default option*, *framing*, *saliency*, *simplification*, *feedback* dan *social norm*. Pertanyaan dirancang untuk mengeksplorasi bagaimana setiap elemen *nudge* memengaruhi (atau tidak memengaruhi) keputusan pelaku UMKM dalam mengadopsi QRIS. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi singkat terhadap lingkungan usaha untuk melengkapi konteks perilaku yang ditelusuri. Data dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) sesuai prosedur yang dikembangkan oleh Braun & Clarke (2006). Proses analisis melibatkan tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Transkripsi dan pembacaan berulang terhadap data wawancara
- b. Pengenalan kode-kode awal (*initial coding*)
- c. Identifikasi tema-tema utama
- d. Peninjauan dan pemurnian tema, serta
- e. Interpretasi tematik berdasarkan kerangka Teori Nudge.

Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan member checking, di mana hasil interpretasi dikonfirmasi kembali kepada beberapa informan kunci untuk memastikan akurasi dan konsistensi pemahaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji enam elemen utama dalam Teori Nudge yaitu *default option*, *social norm*, *framing*, *saliency*, *feedback*, dan *simplification* untuk memahami dinamika adopsi dan resistensi QRIS di kalangan UMKM Makassar. Keenam elemen ini bekerja secara saling terkait dan membentuk perilaku pengguna secara kompleks. Adopsi QRIS didorong oleh keberadaan fitur *default option*, di mana pelaku usaha tidak perlu melakukan aktivasi manual karena QRIS telah terintegrasi secara otomatis dalam aplikasi kasir. Hal ini mengurangi hambatan kognitif dan teknis, sebagaimana dijelaskan Thaler dan Sunstein (2021), bahwa opsi bawaan mendorong keputusan spontan karena dianggap aman dan efisien.

Selain itu, *social norm* memainkan peran penting dalam memperkuat kepercayaan. Pelaku UMKM terdorong mengadopsi QRIS karena melihat rekan seprofesi telah lebih dulu menggunakannya. Validasi sosial ini memperkuat rasa aman dan meminimalisasi ketakutan mencoba teknologi baru. Elemen *framing* juga signifikan, khususnya ketika informasi disampaikan dengan penekanan pada keuntungan (misalnya efisiensi transaksi dan pencatatan keuangan) atau kerugian (kehilangan konsumen karena tidak melayani pembayaran digital).

Temuan menunjukkan bahwa *loss framing* lebih efektif memicu refleksi pelaku non-pengguna dibanding *gain framing*.

Namun, resistensi QRIS masih tinggi, terutama disebabkan oleh persepsi rumit terhadap proses aktivasi, terbatasnya literasi digital, serta rendahnya visibilitas manfaat (*low saliency*). Banyak pelaku usaha tidak mengetahui manfaat QRIS karena kurangnya edukasi dan tidak adanya testimoni nyata dari pengguna sekitar mereka. *Simplification* menjadi solusi potensial untuk menurunkan resistensi ini. Ketika prosedur penggunaan dipermudah dan dipandu secara visual, pelaku UMKM lebih terbuka untuk mencoba. Ditambah, *feedback real-time* seperti notifikasi transaksi dan laporan sederhana sangat diapresiasi oleh pengguna karena membantu pencatatan usaha harian. Namun, kelompok non-pengguna tidak memiliki ekspektasi atau pengetahuan akan fitur ini, menunjukkan celah edukasi yang perlu dijembatani.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Wawancara Berdasarkan Elemen Teori Nudge

Elemen Teori Nudge	Temuan pada Pengguna QRIS	Temuan pada Non-Pengguna QRIS
<i>Default Option</i>	QRIS tersedia otomatis di layanan bank → langsung digunakan.	QRIS tidak tersedia otomatis → harus mendaftar sendiri, dianggap merepotkan.
<i>Social Norm</i>	Termotivasi setelah melihat rekan UMKM lain sukses menggunakan QRIS.	a. Tidak ada referensi sosial yang kuat → belum pernah melihat atau mendengar manfaat nyata. b. Tidak mau berhubungan dengan bank (takut ada unsur riba)
<i>Gain Framing</i>	Informasi yang diterima menekankan kemudahan dan peningkatan transaksi.	a. Informasi dianggap membingungkan, manfaat tidak dijelaskan secara meyakinkan. b. Tidak ada edukasi langsung atau pelatihan terkait QRIS
<i>Loss Framing</i>	Tidak terlalu dominan, tetapi beberapa menyadari potensi kehilangan konsumen tanpa QRIS.	Potensi kehilangan konsumen disadari setelah wawancara (respons reflektif).
<i>Perceived Complexity</i>	Sistem dianggap mudah dan praktis karena integrasi langsung.	Sistem dianggap rumit, banyak langkah, dan berisiko.
<i>Saliency</i>	Logo QRIS terlihat jelas di tempat usaha, dianggap menarik bagi konsumen.	a. Tidak pernah memperhatikan QRIS secara khusus → dianggap bukan kebutuhan mendesak. b. Nyaman dengan sistem manual yang ada → tidak mau menggunakan teknologi
<i>Feedback</i>	Mendapat notifikasi dan laporan transaksi secara real-time → membantu pelacakan usaha.	Tidak mengetahui bahwa sistem memberikan umpan balik otomatis → merasa tidak dibutuhkan.

Sumber: Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel. 1 menunjukkan adanya perbedaan mencolok antara pelaku UMKM yang telah mengadopsi QRIS dan mereka yang belum menggunakannya. Temuan utama dibagi menjadi dua kategori besar: faktor pendorong adopsi dan faktor resistensi terhadap QRIS. Analisis dilakukan dengan merujuk pada kerangka Teori Nudge, khususnya pada elemen *default setting*, *social norm*, dan *framing*. Secara keseluruhan, hubungan antar elemen *nudge* bersifat komplementer. Fitur default harus dibarengi dengan edukasi sosial (norma), penyampaian informasi yang strategis (*framing*), serta dukungan visual dan pengalaman pengguna (*saliency* dan *feedback*). Ketika keenam elemen ini bekerja secara sinergis, peluang keberhasilan adopsi teknologi di sektor UMKM akan meningkat secara signifikan. Temuan ini memperkuat temuan sebelumnya (Putri et al., 2023; Syamsul et al., 2022) mengenai pentingnya

edukasi dan dukungan sistem dalam adopsi teknologi digital. Namun, studi ini menambahkan dimensi perilaku yang lebih dalam dengan menggunakan pendekatan Teori Nudge, memberikan kontribusi teoritis dalam memahami pengambilan keputusan berbasis perilaku di sektor usaha mikro.

1. Faktor Pendorong Adopsi QRIS

Beberapa informan yang telah menggunakan QRIS mengemukakan bahwa kemudahan akses dan penyediaan fitur QRIS yang telah tersedia secara otomatis (*default*) dalam aplikasi kasir digital atau layanan bank merupakan alasan utama mereka mulai menggunakan layanan ini. Keberadaan fitur QRIS sebagai default option telah menurunkan ambang adopsi karena pengguna tidak perlu lagi mengurus pendaftaran secara manual. “QRIS-nya sudah langsung ada di aplikasi kasir saya, jadi tinggal pakai saja, tidak ribet,” (Informan U1). Selain itu, dorongan sosial dari pelaku UMKM lain juga berperan signifikan. Pengguna QRIS menyebutkan bahwa mereka terdorong untuk mencoba setelah melihat rekan-rekan sejenis yang sudah lebih dulu memanfaatkannya dan memperoleh manfaat nyata. Ini mencerminkan efek *social norm*, di mana keputusan dipengaruhi oleh norma dan pengalaman kelompok sosial terdekat. “Lihat teman jualan pakai QRIS, katanya pembelinya senang karena bisa bayar pakai *e-wallet*, saya jadi ikut,” (Informan U3). Pengaruh *gain framing* juga tercermin dalam narasi pengguna, terutama terkait penyampaian manfaat QRIS oleh pihak bank atau penyedia aplikasi, seperti peningkatan transaksi, kemudahan pelaporan, serta kesan usaha yang lebih modern dan profesional.

Salah satu temuan utama adalah bahwa keberadaan QRIS sebagai fitur *default* dalam aplikasi kasir digital atau layanan perbankan mempermudah proses adopsi. Pelaku UMKM tidak perlu melalui proses registrasi yang rumit, sehingga hambatan awal secara praktis dieliminasi. *Default option* ini bekerja sebagai bentuk *nudge* yang efektif karena mengurangi kebutuhan untuk mengambil keputusan aktif (*active choice*), dan mendorong penggunaan melalui kemudahan akses. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan, “QRIS-nya sudah langsung ada di aplikasi kasir saya, jadi tinggal pakai saja, tidak ribet” (Informan U1). Selain itu, elemen *social norm* juga memegang peranan penting. Informan pengguna menyebut bahwa mereka terdorong mencoba QRIS setelah melihat rekan usaha mereka sukses menggunakan teknologi tersebut. Pengaruh norma sosial dalam komunitas UMKM lokal memberikan insentif non-finansial berupa kepercayaan diri dan validasi sosial terhadap penggunaan teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan adopsi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh dinamika kelompok.

Selanjutnya, *gain framing* atau penyampaian informasi yang menekankan manfaat seperti kemudahan transaksi, profesionalisme, dan peningkatan efisiensi, juga terbukti mempengaruhi persepsi pengguna. Penjual yang mendapatkan edukasi atau presentasi visual yang menekankan keuntungan QRIS cenderung mengasosiasikan teknologi ini dengan nilai tambah terhadap bisnis mereka. *Feedback* yang diberikan secara real-time oleh sistem QRIS seperti notifikasi dan rekap transaksi juga berkontribusi pada keberlanjutan penggunaan. Pelaku UMKM merasa terbantu dalam memantau arus kas dan menyusun laporan keuangan secara informal. Ini membentuk loop umpan balik yang memperkuat pengalaman positif pengguna. Berdasarkan data yang diperoleh dari informan terkait *perceived complexity* yang tinggi dapat menjadi hambatan untuk mengadopsi teknologi, namun dapat diatasi melalui intervensi *simplification* yang dirancang dalam kerangka arsitektur pilihan (*choice architecture*).

2. Faktor Resistensi Terhadap QRIS

Di sisi lain, sebagian pelaku UMKM yang belum mengadopsi QRIS menunjukkan adanya hambatan psikologis dan struktural yang menghambat penerimaan teknologi ini. Berdasarkan hasil wawancara, resistensi tersebut tidak hanya bersumber dari kurangnya

pemahaman teknis, tetapi juga berasal dari persepsi negatif terhadap proses dan manfaat yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital ini. Salah satu faktor utama yang menonjol adalah kurangnya saliency, yakni ketidakjelasan manfaat QRIS di mata pengguna. Informasi yang mereka terima cenderung bersifat umum, tidak kontekstual, dan tidak menunjukkan secara konkret bagaimana QRIS dapat meningkatkan efisiensi atau pendapatan usaha mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Informan N2:

“Saya tidak paham cara pakainya, takut ribet, dan belum tahu apa untungnya.”

Pernyataan ini menggambarkan gabungan dari persepsi kompleksitas (*perceived complexity*) dan *lack of saliency*. Bagi pelaku usaha kecil, terutama mereka yang tidak memiliki latar belakang teknologi atau keuangan, sistem seperti QRIS dianggap terlalu rumit untuk diakses dan dijalankan. Ketakutan terhadap kemungkinan kesalahan, risiko kehilangan uang, atau ketidaktahuan terhadap langkah-langkah teknis membuat mereka enggan mencoba.

Selain itu, ketiadaan QRIS sebagai fitur bawaan atau otomatis (*default*) di dalam aplikasi pembayaran atau keuangan yang mereka gunakan juga menjadi penghambat signifikan. Banyak UMKM yang tidak mengetahui bahwa mereka harus mendaftar secara terpisah atau melakukan aktivasi manual. Proses tambahan ini menciptakan hambatan mental yang memperkuat rasa ragu dan keengganan. Seperti yang disampaikan oleh Informan N4:

“Kalau misalnya QRIS langsung aktif dari awal, mungkin saya sudah coba, tapi ini harus daftar sendiri, ribet.”

Kutipan ini menekankan pentingnya prinsip default option dalam arsitektur pilihan. Ketika QRIS tidak langsung tersedia secara otomatis dalam aplikasi, pelaku usaha harus mengambil langkah aktif untuk mendaftar dan setiap tambahan langkah menjadi friksi yang mengurangi kemungkinan adopsi. Dalam konteks ini, nudge melalui pengaturan default terbukti lebih ampuh dibandingkan edukasi konvensional.

Lebih jauh lagi, resistensi terhadap QRIS juga diperkuat oleh tidak adanya dukungan sosial atau norma sosial yang mendorong adopsi. Pelaku usaha cenderung mencari pembenaran dari lingkungan sekitarnya. Ketika tidak ada teman usaha atau komunitas yang menggunakan QRIS, mereka cenderung menunda atau menghindari penggunaannya. Hal ini menunjukkan rendahnya eksposur terhadap social norm yang mendukung. Dalam beberapa kasus, pelaku usaha bahkan merasa malu untuk bertanya atau belajar secara terbuka, terutama di lingkungan di mana dominasi tunai masih sangat tinggi.

Faktor berikutnya yang juga penting adalah efek dari framing pesan. Penelitian ini menemukan bahwa pelaku UMKM lebih responsif terhadap penyampaian informasi berbasis kerugian (*loss framing*) daripada keuntungan (*gain framing*). Promosi QRIS yang hanya menyoroti manfaat, seperti kemudahan transaksi atau peluang omzet lebih besar, dianggap tidak cukup menggugah. Sebaliknya, saat informan dihadapkan dengan kemungkinan kehilangan pelanggan yang hanya menerima pembayaran digital, atau risiko tertinggal dari pesaing, mereka mulai mempertimbangkan QRIS sebagai kebutuhan. Misalnya, beberapa informan menyatakan:

“Kalau pelanggan nggak jadi beli karena nggak bisa bayar pakai QRIS, itu rugi juga sih.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa potensi kehilangan langsung (*direct loss*) lebih kuat dalam memicu evaluasi ulang terhadap keputusan mereka dibandingkan janji keuntungan yang belum pasti. Kombinasi dari *perceived complexity*, *lack of saliency*, ketiadaan *default setting*, rendahnya eksistensi *social norm*, dan efektivitas *loss framing* menjadi fondasi utama dalam memahami resistensi pelaku UMKM terhadap QRIS. Resistensi ini tidak dapat dianggap sebagai ketidakmauan belaka, melainkan sebagai hasil dari struktur pilihan yang tidak mendukung, kurangnya dorongan sosial, serta pendekatan edukasi yang belum kontekstual.

Temuan ini memiliki implikasi penting terhadap desain intervensi kebijakan. Untuk mengatasi resistensi, perlu dilakukan pendekatan yang mengurangi friksi adopsi, seperti

menjadikan QRIS sebagai layanan default dalam aplikasi, menyajikan manfaat melalui narasi kehilangan peluang, dan memperkuat norma sosial positif di komunitas pelaku usaha. Dengan demikian, adopsi QRIS tidak lagi menjadi beban teknis, melainkan menjadi bagian penting dari proses adaptasi usaha di era digital.

3. Implikasi Teoritis dan Praktis

Temuan dari penelitian ini memberikan kontribusi penting baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil studi ini memperluas penerapan Teori Nudge dalam konteks adopsi teknologi digital oleh UMKM, sebuah ranah yang sebelumnya masih terbatas dalam literatur domestik. Elemen-elemen seperti *default option* dan *framing* berbasis kerugian terbukti tidak hanya relevan tetapi juga dominan dalam membentuk keputusan perilaku, yang menandakan bahwa pelaku usaha cenderung lebih responsif terhadap “dorongan halus” daripada instruksi eksplisit atau paksaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa struktur pilihan (*choice architecture*) memiliki dampak yang kuat dalam konteks keterbatasan informasi dan literasi digital. Hal ini memperkuat posisi Teori Nudge sebagai pendekatan alternatif dalam mengatasi hambatan psikologis dan struktural terhadap adopsi teknologi.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini menawarkan landasan strategis bagi penyusunan kebijakan yang lebih kontekstual dan berorientasi perilaku. Bank Indonesia dan instansi terkait dapat mempertimbangkan untuk menjadikan fitur QRIS sebagai bagian dari *default service* dalam seluruh aplikasi keuangan yang disediakan kepada UMKM. Selain itu, pelatihan yang menekankan simulasi langsung, pengalaman visual, dan penyampaian informasi berbasis cerita (*storytelling*) dapat lebih efektif dibanding pelatihan teknis konvensional. Penekanan pada kerugian akibat tidak menggunakan QRIS (misalnya kehilangan konsumen digital atau terbatasnya akses pembiayaan) juga dapat digunakan sebagai materi kampanye publik.

Keterlibatan komunitas UMKM sebagai agen perubahan juga penting. Bukti sosial dari pelaku usaha lokal yang telah berhasil mengadopsi QRIS akan memperkuat norma sosial dan menciptakan efek bola salju dalam komunitas. Dengan kata lain, penyebaran informasi dan dorongan adopsi lebih efektif bila dilakukan secara horisontal (dari pelaku ke pelaku) dibandingkan vertikal (dari lembaga ke pelaku). Pendekatan ini selaras dengan elemen sosial norm dalam Teori Nudge.

4. Perspektif Gender dan Generasi dalam Adopsi QRIS

Meskipun tidak menjadi fokus utama dalam penelitian ini, wawancara menunjukkan adanya indikasi bahwa faktor gender dan generasi mempengaruhi pola penerimaan teknologi. Pelaku usaha perempuan, khususnya generasi *baby boomers*, cenderung menunjukkan resistensi yang lebih kuat dibandingkan pelaku usaha muda. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan terhadap teknologi digital, persepsi terhadap keamanan sistem, serta kenyamanan dengan metode manual. Sebaliknya, pelaku UMKM muda yang sudah terbiasa dengan teknologi, lebih cepat merespons inovasi semacam QRIS.

Faktor ini membuka ruang bagi studi lanjutan yang mengintegrasikan pendekatan nudge dengan analisis sosiologis yang mempertimbangkan usia, gender, dan pengalaman teknologi. Strategi kampanye adopsi QRIS dapat didesain lebih spesifik, misalnya melalui segmentasi usia, penggunaan platform yang sesuai (media sosial untuk generasi muda, pelatihan tatap muka untuk generasi lebih tua), serta pelibatan figur perempuan inspiratif yang sudah berhasil menerapkan teknologi digital dalam usaha mereka.

5. Integrasi dengan Sistem Pembukuan Digital UMKM

Salah satu potensi besar dari adopsi QRIS adalah integrasinya dengan sistem pencatatan digital usaha kecil. Banyak aplikasi pembayaran dan *e-wallet* kini menyediakan fitur rekap transaksi harian, mingguan, dan bulanan yang dapat diunduh atau disinkronkan dengan

software pembukuan sederhana. Fitur ini berpotensi menjadi jembatan menuju akuntabilitas keuangan yang lebih baik bagi UMKM, yang selama ini kesulitan menyusun laporan keuangan yang valid.

Penelitian ini menemukan bahwa pelaku UMKM yang menerima umpan balik berupa notifikasi transaksi dan ringkasan penjualan harian merasa lebih percaya diri dalam mencatat arus kas dan memahami performa usaha mereka. Ini menunjukkan bahwa teknologi keuangan digital seperti QRIS bukan hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai alat penguatan sistem manajemen keuangan usaha. Ke depan, insentif tambahan seperti potongan biaya layanan atau akses ke pembiayaan mikro berbasis laporan digital dapat menjadi daya tarik tambahan untuk memperluas adopsi.

Melalui eksplorasi mendalam terhadap enam elemen nudge dan keterkaitannya dengan perilaku adopsi QRIS, studi ini menegaskan bahwa strategi peningkatan inklusi keuangan digital perlu bergerak melampaui pendekatan konvensional. Pendekatan yang lebih manusiawi, kontekstual, dan berbasis perilaku terbukti mampu menjembatani kesenjangan antara inovasi teknologi dan kesiapan pengguna di lapangan. Dengan mengintegrasikan aspek sosial, emosional, dan struktural dalam desain kebijakan dan layanan, maka visi besar inklusi keuangan digital bagi UMKM bukan hanya idealisme, tetapi keniscayaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa enam elemen utama dalam Teori Nudge yaitu *default option*, *social norm*, *framing*, *saliency*, *feedback*, dan *simplification* berperan signifikan dalam memengaruhi adopsi maupun resistensi QRIS oleh UMKM di Makassar. Adopsi didorong oleh kemudahan akses, pengaruh sosial, dan penyampaian informasi yang meyakinkan, sedangkan resistensi dipicu oleh persepsi kerumitan, literasi digital yang rendah, serta kurangnya visibilitas manfaat.

Secara praktis, strategi efektif meliputi integrasi QRIS sebagai fitur *default*, edukasi visual, dan penguatan komunitas pengguna. Secara teoretis, studi ini memperkuat relevansi Teori Nudge dalam konteks transformasi digital UMKM, sekaligus mengisi celah literatur yang sebelumnya jarang mengeksplorasi pendekatan ini.

Keterbatasan

Keterbatasan studi pada sektor kuliner dan jumlah informan menjadi catatan, sehingga riset lanjutan disarankan mencakup lintas sektor dan pendekatan kuantitatif untuk memperluas generalisasi temuan.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Melakukan perluasan sektor penelitian dengan mencakup berbagai jenis usaha UMKM seperti fesyen, kerajinan, jasa, dan perdagangan agar hasil penelitian memiliki daya jelajah yang lebih luas dan mampu menangkap dinamika yang berbeda di setiap sektor.
2. Menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) guna menguji validitas temuan secara statistik dan memungkinkan generalisasi yang lebih kuat terhadap populasi yang lebih besar.
3. Menambah jumlah dan variasi informan, baik dari sisi wilayah geografis maupun karakteristik usaha, agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.
4. Melibatkan perspektif pemangku kepentingan lainnya, seperti regulator, asosiasi UMKM, atau konsumen, untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih holistik.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, diharapkan penelitian lanjutan dapat memperkuat dan memperkaya pemahaman terhadap isu yang dikaji secara lebih mendalam dan representatif.

REFERENSI

- Alfiana, A., & Haryanto, A. (2022). Analisis penerimaan QRIS di kalangan UMKM: Kajian literatur. *Jurnal Riset Laboratorium*, 9(2), 65–74. <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1528>
- Anisah, S., & Amaniyah, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan, risiko transaksi, dan kemudahan terhadap minat penggunaan QRIS pada UMKM di Sampang. *Jurnal Akuntansi, Finansial dan Manajemen*, 3(2), 115–124. <https://dinastires.org/JAFM/article/view/1056>
- Balqis, I. Z., & Rahmah, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan sistem QRIS terhadap pendapatan UMKM di Pontianak. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(2), 98–109. <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/22615>
- Bank Indonesia. (2019). Implementasi QRIS sebagai Standar Pembayaran Nasional. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_216919.aspx
- Bank Indonesia. (2023). Laporan Tahunan Sistem Pembayaran 2022. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/contents/laporan-tahunan.aspx>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Hartati, M., & Yustika, A. (2022). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan fintech terhadap penggunaan QRIS pada merchant di Bengkulu yang dimediasi oleh model TAM. *Jurnal EcoEdu: Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1), 76–87. <https://jurnal.umb.ac.id/index.php/ecoedu/article/view/6590>
- Novinda, A. P., & Syahrir, A. (2023). Pengaruh literasi digital dan literasi keuangan terhadap keputusan metode pembayaran digital pada UMKM Bapgo. *Jurnal Akuntansi, Finansial dan Manajemen*, 4(1), 58–67. <https://dinastires.org/JAFM/article/view/1840>
- Putri, N. M., Yusriadi, Y., & Oktavia, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan bertransaksi menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal STEKOM Bisnis Digital*, 5(2), 110–120. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1259>
- Rachman, T. M., & Abdullah, N. (2022). Determinan keputusan penggunaan QRIS pada UMKM kuliner dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Academic Open Conference Proceedings Series*, 6(1), 1–9. <https://acopen.umsida.ac.id/index.php/acopen/article/view/11052>
- Rachmawati, F. F., & Hidayat, R. R. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan sosial dimoderasi oleh tingkat pendidikan terhadap penggunaan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Keuangan*, 9(3), 89–101. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jepk/article/view/22572>
- Syamsul, N. Z., Rachmawati, D., & Ilham, R. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan sistem transaksi digital QRIS pada UMKM di Kabupaten Pinrang. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 45–54. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/article/view/4437>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). *Dorongan Nudge: Memperbaiki Keputusan Tentang Kesehatan, Kekayaan, dan Kebahagiaan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Walenta, A., & Rahayu, S. (2022). Transformasi keuangan digital QRIS pada startup UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Pajak Nusantara*, 2(1), 34–42. <https://jurnal.unkrit.ac.id/index.php/APNA/article/view/80>
- Bell, T. B., Causholli, M., & Knechel, W. R. (2015). Audit Firm Tenure, Non-Audit Services, and Internal Assessments

of Audit Quality. *Journal of Accounting Research*. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12078>

IAI. (2012). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.

Kasmir. (2014). *Analisa Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.

Tan, H. P., Plowman, D., & Hancock, P. (2007). Intellectual capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 76–95. <https://doi.org/10.1108/14691930710715079>