

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang pesat di era digital berperan penting dalam mendorong transformasi digital di berbagai bidang kehidupan, termasuk ranah ekonomi dan bisnis. Salah satu bagian dalam aspek ekonomi dan bisnis yang terpengaruh digitalisasi ialah transaksi keuangan. Sistem pembayaran digital menjadi salah satu inovasi di era transformasi digital yang terkait dengan Revolusi Industri 4.0. Sistem pembayaran digital dapat didefinisikan sebagai metode transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik menggunakan perangkat digital seperti *smartphone* atau komputer tanpa melibatkan uang tunai. Adanya peralihan yang semakin besar dalam sistem pembayaran dari tunai ke non-tunai (*cashless*) menggunakan sistem pembayaran digital seperti pemindaian QR code, *e-wallets*, dan *mobile banking* dalam transaksi keuangan sehari-hari merupakan salah satu bukti perkembangan teknologi finansial (*fintech*). Fenomena ini bisa disebut sebagai *cashless society phenomenon* ataupun transisi *from cash to cashless*, yang mana dipercepat oleh karena adanya faktor-faktor seperti perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen karena menyadari manfaat dan kemudahan sistem pembayaran digital, terutama selama dan setelah pandemi COVID-19.

Hadirnya sistem pembayaran digital sebagai inovasi pembayaran memberikan kemudahan bagi konsumen di mana transaksi keuangan dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan nyaman hanya dengan beberapa ketukan pada perangkat elektronik mereka (Dinh, 2024). Tak hanya itu, adanya sistem pembayaran digital juga membuka peluang baru bagi pelaku bisnis, baik yang

bergerak dalam skala besar maupun kecil dan memacu perkembangan sektor ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) termasuk sebagai penggerak utama ekonomi Indonesia dan memiliki peran signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data semester I tahun 2021 Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 61.07% dengan jumlah keseluruhan UMKM sebanyak 64.2 juta (Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan, 2023).

Tak dapat dipungkiri, masih ada pelaku UMKM yang menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi khususnya sistem pembayaran digital di era digital ini. Pandemi COVID-19 mempercepat peralihan menuju digitalisasi, mengharuskan masyarakat untuk beralih ke pembayaran digital untuk mengurangi kontak fisik. Kondisi ini mengharuskan pelaku UMKM untuk beradaptasi, utamanya peralihan ke sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus melek teknologi, mengingat pentingnya kegunaan teknologi dalam meningkatkan efisiensi waktu dan biaya. Namun, masih ada UMKM yang terkendala dalam adopsi teknologi khususnya sistem pembayaran digital. Kendala tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, keterbatasan akses teknologi, konektivitas internet, biaya, dan resistensi terhadap perubahan.

Peluang dan tantangan selalu menyertai inovasi, demikian pula dalam revolusi teknologi keuangan (*financial technology*). Transformasi *financial technology* menawarkan berbagai kemudahan bagi UMKM dalam melakukan transaksi keuangan usaha, meningkatkan efisiensi, dan daya saing. Dengan adanya berbagai manfaat yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, membuat peningkatan yang signifikan pada adopsi sistem pembayaran digital ini.

Ada beberapa jenis sistem pembayaran digital yang sudah tidak asing di kalangan masyarakat dan pelaku UMKM. Beberapa diantaranya ialah *e-wallets*, *mobile banking*, dan *QRIS*. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* merupakan standar nasional untuk kode QR yang diciptakan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia dengan tujuan untuk memudahkan, mempercepat, dan menjaga keamanan transaksi pembayaran digital (QRIS Interactive, 2019). Penyediaan fitur *QRIS* oleh UMKM sebagai salah satu pilihan metode pembayaran memfasilitasi para pelanggan untuk melakukan pembayaran secara digital menggunakan *smartphone* yang sudah terhubung dengan *mobile banking* maupun *e-wallet*. *QRIS* merupakan dukungan dari infrastruktur digital oleh Bank Indonesia (BI) yang berkomitmen untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Sementara itu *e-wallets* atau dompet digital merujuk pada aplikasi yang memfasilitasi penggunaanya dalam melakukan transaksi keuangan tanpa uang tunai maupun kartu. Beberapa *e-wallets* yang digemari di Indonesia diantaranya ialah OVO, GoPay, ShopeePay, LinkAja, DANA, dll. Di sisi lain, *mobile banking* ialah *platform* aplikasi yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan *smartphone* di mana aplikasi terhubung dengan rekening bank nasabah.

Faktanya hingga April 2024, transaksi perbankan digital dilaporkan mencapai Rp5.340,92 triliun dengan pertumbuhan 19,08% (*year-on-year*), sementara transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp90,44 triliun, mengalami kenaikan sebesar 33,99% (Indonesia.go.id, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital secara signifikan meningkat dan dapat dikatakan populer di kalangan masyarakat, karena dinilai lebih praktis, nyaman dan terhubung langsung dengan rekening bank pengguna, sehingga dianggap sebagai

risiko yang dapat diterima (Perdana & Wang, 2024). Dari beberapa jenis sistem pembayaran digital ini telah diadopsi oleh sebagian besar UMKM di Indonesia untuk menunjang operasional usaha mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam adopsi sistem pembayaran digital. Penelitian akan dilakukan pada UMKM kantin Kampus Universitas Hasanuddin yang dibawah oleh Direktorat Pengembangan Usaha & Pemanfaatan Aset Universitas Hasanuddin. Lebih khusus pada pelaku UMKM yang telah mengadopsi sistem pembayaran digital untuk usahanya. Hal ini dipilih berdasarkan pertimbangan di mana kantin lingkungan kampus yang menuntut pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan di era digital ini. Di sisi lain, Universitas Hasanuddin yang berlokasi di Makassar, Sulawesi Selatan diketahui menjadi salah satu kota dengan akses internet tercepat di Indonesia turut mendukung pengambilan keputusan untuk memilih wilayah ini.

Adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) yang terdiri dari empat konstruk utama yang dinilai dapat memengaruhi individu dalam menerima dan menggunakan teknologi dapat menjadi faktor-faktor yang menunjang adopsi sebagai sistem pembayaran digital oleh UMKM. Adapun keempat konstruk dari *UTAUT* meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Sementara itu *Fear of missing out (FOMO)* juga menjadi pendorong bagi pelaku UMKM untuk segera mengadopsi untuk tetap mempertahankan keberadaannya di era persaingan yang semakin kompetitif.

Semua faktor-faktor ini diperoleh melalui studi literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi adopsi suatu teknologi.

Adanya kesenjangan dalam penelitian terdahulu melatarbelakangi penelitian ini. Berdasarkan hasil tinjauan literatur dari artikel-artikel jurnal baik internasional maupun nasional yang relevan, diketahui bahwa pada penelitian sebelumnya dengan topik yang serupa menggunakan variabel konstruk *UTAUT* yang memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital. Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang inkonsisten terhadap teori *UTAUT*. *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penelitian Shafie *et al.* (2020), *effort expectancy* tidak berpengaruh dalam studi Zhou *et al.* (2010), *social influence* tidak berpengaruh dalam penelitian Mohamad & Kassim (2019), dan *facilitating conditions* tidak berpengaruh dalam studi Bayumi (2023). Meskipun demikian, konstruk *UTAUT* lainnya dalam masing-masing penelitian tetap berpengaruh signifikan terhadap *use behavior*. *Use behavior* dalam penelitian ini merujuk pada perilaku penggunaan suatu sistem pembayaran digital yang sejalan dengan adopsi sistem pembayaran digital.

Disisi lain penelitian Gartner *et al.* (2022) menyatakan bahwa *fear of missing out (FOMO)* sebagai prediktor yang kuat memengaruhi adopsi teknologi baru, di mana *FOMO* didefinisikan sebagai ketakutan atau kekhawatiran akan kehilangan suatu hal yang bermanfaat yang mungkin dialami orang lain yang dicirikan oleh adanya keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski *et al.*, 2013). Penelitian yang masih terbatas terkait dengan *FOMO* memotivasi peneliti untuk mengintegrasikan *FOMO* ke dalam *UTAUT* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar atas uraian latar belakang, berikut ini merupakan rumusan masalah yang dijadikan fokus dalam penelitian ini.

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
5. Apakah *fear of missing out (FOMO)* memoderasi pengaruh *performance expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
6. Apakah *fear of missing out (FOMO)* memoderasi pengaruh *effort expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
7. Apakah *fear of missing out (FOMO)* memoderasi pengaruh *social influence* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?
8. Apakah *fear of missing out (FOMO)* memoderasi pengaruh *facilitating conditions* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Rumusan masalah pada bagian sebelumnya mendasari penelitian ini untuk mencapai tujuan pengujian dan analisis pada beberapa hal berikut.

1. Pengaruh *performance expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.

2. Pengaruh *effort expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
3. Pengaruh *social influence* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
4. Pengaruh *facilitating conditions* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
5. Pengaruh *fear of missing out (FOMO)* dalam memoderasi hubungan antara *performance expectancy* dan adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
6. Pengaruh *fear of missing out (FOMO)* dalam memoderasi hubungan antara *effort expectancy* dan adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
7. Pengaruh *fear of missing out (FOMO)* dalam memoderasi hubungan antara *social influence* dan adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.
8. Pengaruh *fear of missing out (FOMO)* dalam memoderasi hubungan antara *facilitating conditions* dan adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk memperoleh hasil yang dapat memberikan kontribusi yang berarti, baik dari sisi teoritis maupun praktis. Berikut ini ialah manfaat dari sisi teoritis dan praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Secara teoretis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman terkait pengaruh *UTAUT* dan *FOMO* terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM. Selain itu, diharapkan bahwa studi ini dapat dijadikan referensi untuk studi-studi mendatang yang berkaitan dengan perkembangan adopsi sistem pembayaran digital.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dari sisi implementasi, penelitian ini berupaya memberikan masukan bagi *financial technology industry* dalam pengembangan sistem pemabayaran digital, utamanya yang berkaitan langsung dengan UMKM. Sebagai tambahan, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi ilmiah untuk penelitian berikutnya dalam rangka pengembangan wawasan ilmiah.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut ialah sistematika penulisan yang dirancang agar pembaca memperoleh gambaran yang jelas tentang penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tinjauan teori dan konsep serta tinjauan empirik yang berhubungan dengan teori-teori yang relevan, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis yang mendasari penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis dan rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2007). Model TAM yang pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 menjelaskan bahwa terdapat dua konstruk utama yang memengaruhi niat individu dalam menggunakan suatu sistem, yaitu persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* dijelaskan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem dapat membantu meningkatkan kinerja pekerjaannya, sementara itu *perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha atau menemui kesulitan yang berarti (Davis, 1989). Kedua persepsi ini kemudian membentuk sikap terhadap menggunakan teknologi (*attitude towards using technology*) yang kemudian memengaruhi minat perilaku menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dan akhirnya mengarah pada penggunaan teknologi sesungguhnya (*actual technology use*). Model ini menggambarkan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula niat individu untuk menggunakannya.

Technology Acceptance Model (TAM) telah banyak diterapkan dalam berbagai bidang karena kesederhanaannya dan telah terbukti secara empiris (Jogiyanto, 2007). Sebagai landasan bagi model-model kontemporer seperti

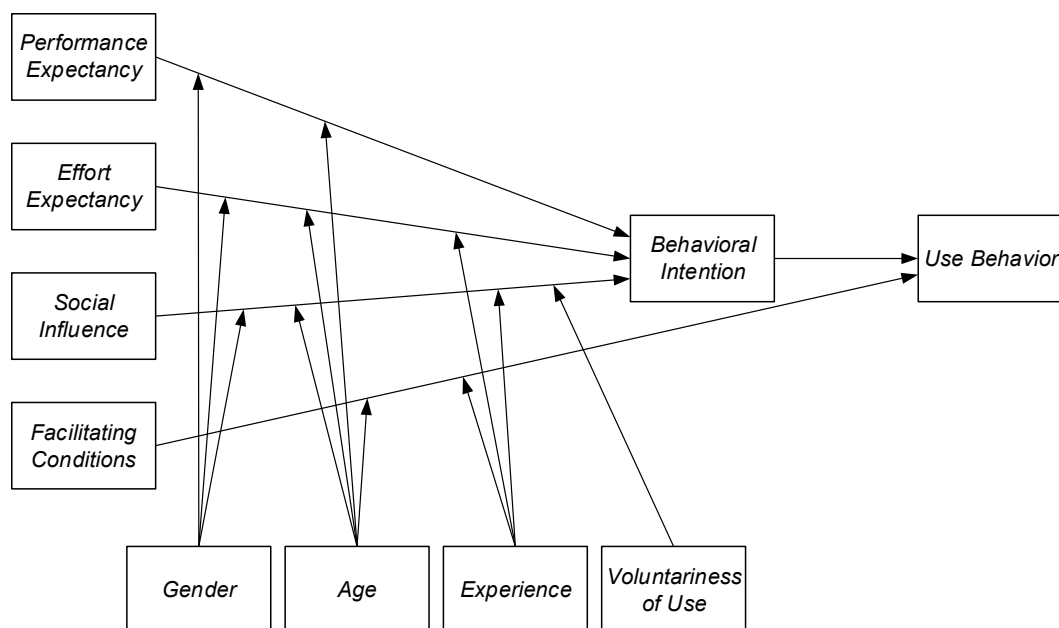
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), TAM terus memengaruhi peneliti dalam studi penerimaan teknologi. Dengan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mendorong keterlibatan pengguna, TAM berfungsi sebagai dasar teori untuk mengeksplorasi interaksi antara pengguna dan teknologi pada era digital.

2.1.2 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ialah model yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) sebagai model penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. *UTAUT* merupakan hasil pengembangan dari delapan model yang telah lebih dahulu digunakan untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi. Kedelapan model yang menjadi dasar pengembangan *UTAUT* meliputi *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Pengembangan model penerimaan dan penggunaan teknologi ini menghasilkan model baru dengan empat elemen utama yang memengaruhi niat dan perilaku pengguna, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Hasil uji dari model ini menunjukkan bahwa *UTAUT* terbukti berhasil dalam menjelaskan 70% faktor yang mendasari keputusan individu dalam menggunakan teknologi.

Empat konstruk dalam *UTAUT* dinilai menjadi faktor penting yang memengaruhi secara signifikan penerimaan dan penggunaan suatu teknologi berdasar atas hasil uji *UTAUT* itu sendiri oleh Venkatesh *et al.* (2003). Menurut Venkatesh *et al.* (2003), *performance expectancy* mengarah pada tingkat keyakinan dalam hal penggunaan teknologi atau sistem akan membantu

pengguna melakukan aktivitas tertentu atau meningkatkan kinerja pekerjaan. Sementara *effort expectancy* dipahami sebagai tingkat kemudahan dalam penggunaan teknologi. *Social influence* merujuk pada persepsi individu mengenai keyakinan dari orang-orang yang penting seperti keluarga, teman, pelanggan maupun kompetitor bahwa mereka perlu mengadopsi teknologi tertentu atau baru. *Facilitating conditions* dijelaskan sebagai persepsi individu terkait ketersediaan sumber daya dan bantuan yang mendukung penggunaan teknologi.



Sumber: Venkatesh *et al.* (2003)

Gambar 2.1 Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*

Dalam konteks adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM, diperlukan pemahaman atas pandangan individu tentang teknologi khususnya finansial teknologi (*fintech*). Pandangan ini sejalan dengan konstruk *UTAUT* yang mencakup keyakinan individu bahwa teknologi pembayaran digital menawarkan efisiensi dan kemudahan yang dapat menunjang kinerja usaha UMKM. Dengan adanya pemahaman terkait dengan persepsi pengguna teknologi khususnya adopsi finansial teknologi memungkinkan pengembangan strategi bagi *fintech*

industry untuk mendorong adopsi serta memastikan UMKM dapat memanfaatkan sistem pembayaran digital untuk mengoptimalkan usaha mereka.

2.1.3 *Fear of missing out*

Fear of missing out (FOMO) atau rasa takut ketinggalan menjadi suatu hal yang tidak lagi begitu asing bagi masyarakat. *FOMO* didefinisikan sebagai ketakutan terus-menerus akan kehilangan suatu hal yang bermanfaat yang mungkin dialami orang lain yang dicirikan oleh adanya keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain (Przybylski *et al.*, 2013). Dalam dunia ekonomi, *FOMO* biasanya ditemukan terkait erat dalam lingkup investasi maupun perdagangan. *FOMO* mengacu pada ketakutan yang dirasakan pedagang atau investor karena kekhawatiran atas hilangnya peluang investasi atau perdagangan yang berpotensi menguntungkan (Ma, 2024). Sementara itu Kaddouhah (2024) berusaha untuk mendefinisikan *FOMO* dalam definisi ekonomi dengan menggabungkan fitur penghindaran penyesalan (*regret aversion*) dan preferensi sosial (*social preferences*). Menurut Kaddouhah (2024) dampak *FOMO* dalam pengambilan keputusan oleh individu ialah individu tidak hanya mempertimbangkan untuk mengantisipasi penyesalan ketika membuat suatu keputusan tetapi juga memperhitungkan pilihan yang dipilih oleh kelompok sosial mereka.

Fear of missing out (FOMO) menjadi suatu prediktor yang kuat dalam adopsi suatu teknologi baru oleh UMKM (Gartner *et al.*, 2022). Demikian pula dalam beberapa penelitian yang menyatakan bahwa *FOMO* pada akhirnya dapat berperan dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi maupun keputusan investasi termasuk sistem pembayaran digital (Ashrafi & Akhter, 2024; Clor-Proell *et al.*, 2019; Mari *et al.*, 2024; Ng *et al.*, 2023). *FOMO* dapat dialami para pelaku

UMKM ketika melihat adanya fenomena perkembangan teknologi yang semakin pesat utamanya teknologi yang berhubungan erat dengan bisnis khususnya pada sistem penerimaan kas yaitu sistem pembayaran. Lebih lanjut dapat dilihat ketika pelaku UMKM terpengaruh oleh kelompok sosialnya sebagai sesama pelaku usaha yang mulai mengadopsi sistem pembayaran digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berbagai studi sebelumnya telah membahas faktor-faktor yang mendorong adopsi *digital payment*. Patil *et al.* (2020) melakukan penelitian mengenai adopsi *mobile payment* oleh konsumen di India, dimana hasil penelitiannya menemukan bahwa *performance expectancy*, *behavioral intention*, dan *grievance redressal* (penanganan pengaduan) merupakan faktor pendorong yang memengaruhi adopsi *mobile payment*. Sementara itu, Shafie *et al.* (2020) menganalisis faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap adopsi *e-payment* di Malaysia, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa konstruk *effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-payment*. Selanjutnya, penelitian Mohamad & Kassim (2019) terkait adopsi *e-payment* pada klien mikrofinansial di Malaysia menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *facilitating condition*, *financing cost*, dan *technology awareness* berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-payment*, namun *social influence* ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan dengan adopsi *e-payment*. Penelitian Malinga & Maiga (2020) menemukan bahwa di Uganda, *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *use behavior* dalam penggunaan *mobile money* untuk transaksi perdagangan. Kemudian penelitian Boki (2023) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* dan *behavioral intention* memengaruhi perilaku penggunaan

mobile payment, sementara *perceived usefulness* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Dalam konteks *mobile banking*, penelitian Bayumi (2023) yang menguji konstruk *UTAUT* terhadap kinerja keuangan Bank Jambi dengan mediasi *actual usage* menunjukkan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* memengaruhi *actual usage*, yang berdampak positif pada kinerja keuangan Bank Jambi, sementara *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan. Kemudian Zhou *et al.* (2010) berusaha untuk mengintegrasikan kesesuaian tugas dan teknologi atau yang biasa dikenal dengan istilah *task technology fit (TTF)* dengan *UTAUT* untuk menjelaskan adopsi pengguna *mobile banking* dengan hasil *performance expectancy*, *TTF*, *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *user adoption*, namun temuan penelitian menunjukkan *effort expectancy* tidak berpengaruh langsung terhadap *user adoption*. Sementara itu Oliveira *et al.* (2014) dalam penelitiannya juga menggabungkan *UTAUT*, *TTF*, dan *initial trust model* untuk memahami adopsi *mobile banking*, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *facilitating conditions* dan *behavioral intention* berpengaruh langsung pada adopsi *mobile banking*, sementara *initial trust*, *performance expectancy*, *technology characteristics*, dan *TTF* berpengaruh tidak langsung terhadap *behavioral intention*.

Penelitian mengenai adopsi *fintech* dalam berbagai konteks banyak menggunakan teori *UTAUT* sebagai kerangka analisis. Penelitian Kurniasari *et al.* (2023) yang membahas adopsi *fintech* dalam organisasi menggunakan pendekatan *UTAUT* memperoleh hasil bahwa adopsi *fintech* dalam organisasi dipengaruhi oleh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*,

customer trust dan *regulatory services*. Selanjutnya, Sultana *et al.* (2023) dalam penelitiannya menunjukkan *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *facilitating conditions* memengaruhi niat mahasiswa untuk mengadopsi *fintech*, sementara itu *facilitating condition* berpengaruh langsung terhadap adopsi *fintech*. Di sisi lain Fuad *et al.* (2023) melakukan penelitian mengenai peran model *UTAUT* dalam penggunaan Sistem Keuangan Desa (Siskeudes), dengan hasil *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* secara langsung berpengaruh positif terhadap *use behavior* Siskeudes.

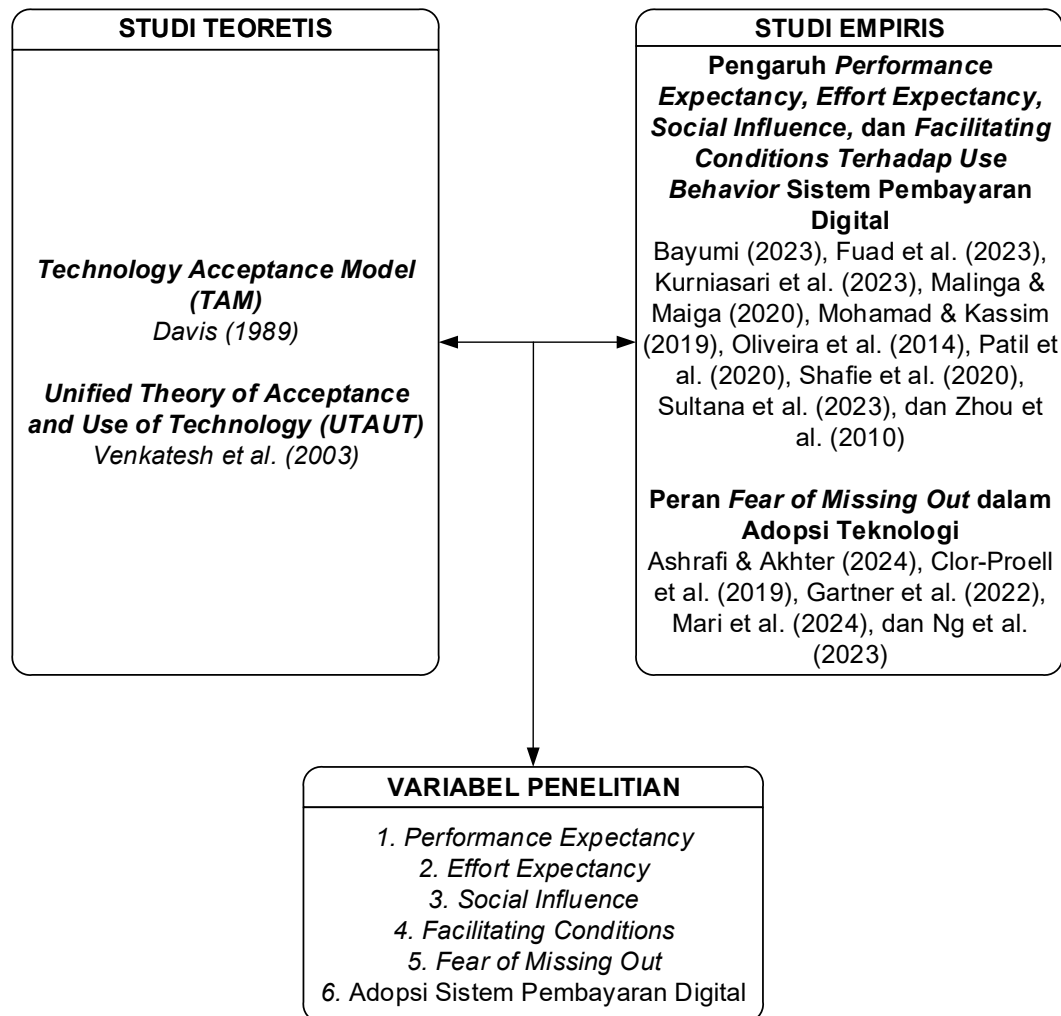
Pada penelitian Gartner *et al.* (2022) menggunakan *TAM* dan *FOMO* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pembuat keputusan UMKM Austria untuk mengadopsi teknologi baru yang dimoderasi oleh pengalaman mereka sebelumnya dengan teknologi tersebut. Penelitian ini mengungkapkan adanya keterkaitan positif antara *FOMO* dengan niat untuk mengadopsi teknologi baru. Mari *et al.* (2024) meneliti peran *FOMO* dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi baru menemukan bahwa meskipun *FOMO* mendorong ekspektasi berlebih, hal ini tidak selalu menyebabkan keputusan yang irasional atau bias. Kemudian dalam adopsi jenis teknologi yang berbeda, Ng *et al.* (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa baik *personal FOMO* maupun *social FOMO* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* yang pada gilirannya mempengaruhi adopsi sistem. Ashrafi & Akhter (2024) dalam penelitiannya mengenai adopsi pembayaran *fintech* menemukan bahwa *FOMO* berperan sebagai variabel moderasi yang memoderasi pengaruh *green brand positioning* pada *perceived product differentiation* yang pada akhirnya memengaruhi *use behavior*. Clor-Proell *et al.* (2019) juga melakukan penelitian mengenai bagaimana penyebaran informasi melalui aplikasi perangkat seluler dapat memengaruhi

investor nonprofesional dalam pengambilan keputusan investasi, dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa *FOMO* pada informasi investasi (*I-FOMO*) memoderasi hubungan antara notifikasi informasi pada jumlah investasi, terutama bagi investor dengan *I-FOMO* tinggi.

Berdasarkan tinjauan literatur dari penelitian terdahulu ditemukan hasil penelitian yang inkonsistensi utamanya pada penelitian dengan topik adopsi sistem pembayaran digital menggunakan pendekatan model *UTAUT*. Disisi lain, penelitian mengenai *FOMO* dalam konteks adopsi sistem pembayaran digital masih sangat terbatas, sehingga peneliti memutuskan untuk menggabungkan kedua model ini yaitu faktor dalam model *UTAUT* dan *FOMO* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM khususnya Kota Makassar.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan susunan logis yang menggambarkan keterkaitan antara teori, variabel, dan studi empiris untuk menjelaskan suatu fenomena secara sistematis. Dalam penelitian ini, *Technology Acceptance Model* (*TAM*) digunakan sebagai teori utama yang menjadi dasar dalam memahami proses penerimaan dan adopsi teknologi, khususnya sistem pembayaran digital. *TAM* menekankan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor utama yang mendorong sikap dan niat seseorang dalam menggunakan teknologi. Berangkat dari dasar teori ini, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (*UTAUT*) digunakan sebagai teori pendukung untuk menjelaskan perilaku adopsi secara luas melalui variabel-variabel seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Secara teoretis dan empiris, penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel *UTAUT* berperan penting dalam menjelaskan tingkat adopsi sistem pembayaran digital. Dalam konteks ini, *Fear of missing out (FOMO)* diperkenalkan sebagai variabel moderasi yang berpotensi memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel-variabel *UTAUT* terhadap perilaku adopsi sistem pembayaran digital. *FOMO* adalah kondisi psikologis di mana seseorang merasa cemas atau takut tertinggal dari tren atau pengalaman yang sedang terjadi di sekitarnya. Dalam era digital yang berkembang pesat, fenomena *FOMO* kerap muncul dalam penggunaan aplikasi pembayaran digital yang menawarkan

berbagai promosi, kemudahan dalam bertransaksi, serta pengalaman sosial yang interaktif. Oleh karena itu, dengan memasukkan *FOMO* ke dalam kerangka pemikiran ini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai interaksi antara *UTAUT* dan faktor psikologis memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital. Gambar 2.2 merupakan sajian dari kerangka pemikiran penelitian ini.

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Konstruk *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* Terhadap Adopsi Sistem Pembayaran Digital Oleh UMKM

Model *UTAUT* terdiri dari empat konstruk yang memengaruhi *behavioral intention* dan *use behavior*, yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Model ini terkait erat dengan bagaimana persepsi individu terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi, pengaruh sosial, serta kondisi pendukung dalam menggunakan teknologi baru yang pada akhirnya mendorong adopsi teknologi, dalam hal ini sistem pembayaran digital.

Performance expectancy atau ekspektansi kinerja merujuk pada sejauh mana individu percaya terhadap penggunaan teknologi akan memberikan keuntungan dan berkontribusi pada peningkatan kinerja pekerjaan (Venkatesh *et al.*, 2003). Sejalan dengan penelitian Davis (1989) individu akan cenderung mengadopsi teknologi apabila memiliki keyakinan bahwa teknologi tersebut akan memberikan manfaat. Penelitian Patil *et al.* (2020) menemukan bahwa *performance expectancy* ialah salah satu faktor pendorong utama yang memengaruhi adopsi *mobile payment* di India. Kemudian penelitian Bayumi (2023) menunjukkan *performance expectancy* berpengaruh signifikan pada *actual usage*

aplikasi Bank Jambi yang selanjutnya berpengaruh positif pada kinerja keuangan Bank Jambi. Sementara itu Zhou *et al* (2010) memperoleh hasil bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap adopsi *mobile banking* di China. Selanjutnya penelitian oleh Kurniasari *et al.* (2023) menunjukkan bahwa adopsi *fintech* dalam organisasi dipengaruhi oleh *performance expectancy*. Penelitian terakhir oleh Mohamad & Kassim (2019) menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *e-payment* di Malaysia. Namun penelitian Shafie *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh signifikan pada adopsi *e-payment*. Dengan demikian, berikut hipotesis yang dirumuskan.

H₁: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pembayaran digital

Effort expectancy atau ekspektansi usaha adalah persepsi individu terkait dengan seberapa mudah teknologi dapat mereka gunakan (Venkatesh *et al.*, 2003). Penelitian Davis (1989) yang menggunakan *perceived ease of use* sebagai faktor yang memengaruhi adopsi teknologi sejalan dengan *effort expectancy* yang merujuk pada seberapa yakin penggunaan suatu sistem maupun teknologi tidak akan menimbulkan kesulitan maupun memerlukan usaha yang berlebihan. Penelitian Bayumi (2023) menyatakan *effort expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *actual usage* aplikasi Bank Jambi. Lebih lanjut, penelitian Kurniasari *et al.* (2023) tak hanya menunjukkan *performance expectancy* yang berpengaruh signifikan pada adopsi *fintech*, namun *effort expectancy* turut berpengaruh signifikan. Dilain sisi, Fuad *et al.* (2023) memperoleh hasil bahwa konstruk *effort expectancy* turut memengaruhi secara positif *use behavior* Siskuedes. Demikian pula *effort expectancy* berpengaruh signifikan pada adopsi *e-payment* di Malaysia

(Mohamad & Kassim, 2019; Shafie *et al.*, 2020). Namun penelitian Zhou *et al.* (2010) menyatakan *effort expectancy* tidak berpengaruh langsung terhadap adopsi *mobile banking*. Demikian pula Sastra & Asyari (2024) dalam penelitiannya terkait penggunaan *digital payment QRIS* pada UMKM mengungkapkan bahwa *effort expectancy* tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, berikut hipotesis yang dirumuskan.

H₂: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pembayaran digital

Social influence atau pengaruh sosial ialah keyakinan individu bahwa orang-orang penting seperti keluarga, teman, pelanggan maupun kompetitor meyakini pentingnya penggunaan teknologi tertentu (Venkatesh *et al.*, 2003). Konsep ini berkaitan dengan tekanan dari lingkungan sosial akan memengaruhi individu dalam keputusan adopsi teknologi. Penelitian Zhou *et al.* (2010) mengungkapkan *social influence* juga memengaruhi adopsi *mobile banking*. Demikian pula penelitian Kurniasari *et al.* (2023) yang menunjukkan konstruk *social influence* turut memengaruhi adopsi *fintech* dalam organisasi. Fuad *et al.* (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *social influence* ialah salah satu konstruk utama yang memberikan pengaruh pada penggunaan Siskuedes. Kemudian Sastra & Asyari (2024) dalam penelitiannya terkait penggunaan *digital payment QRIS* pada UMKM menyatakan *social influence* berpengaruh signifikan. Sementara *social influence* dinyatakan memengaruhi adopsi *e-payment* menurut penelitian Shafie *et al.* (2020). Dilain sisi, penelitian Mohamad & Kassim (2019) mengungkapkan *social influence* tidak berpengaruh signifikan dengan adopsi *e-payment*. Berdasar atas penelitian-penelitian terdahulu ini, berikut ialah hipotesis yang dapat diajukan.

H₃: *Social influence* berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pembayaran digital

Facilitating conditions atau kondisi yang memfasilitasi yakni pandangan terhadap ketersediaan fasilitas dan bantuan untuk melakukan perilaku (Venkatesh *et al.*, 2003). Selain menemukan bahwa *performance expectancy* dan *social influence* merupakan faktor pendorong utama yang memengaruhi adopsi *mobile banking*, Zhou *et al.* (2010) juga menemukan bahwa *facilitating conditions* merupakan salah satu dari tiga faktor pendorong utama untuk mengadopsi *mobile banking*. Demikian pula Oliveira *et al.* (2014) menyatakan *facilitating conditions* memengaruhi adopsi *mobile banking*. Kemudian penelitian Mohamad & Kassim (2019) mengungkapkan mengenai *facilitating conditions* memengaruhi secara positif adopsi e-payment di Malaysia. Sementara itu penelitian Sultana *et al.* (2023) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* memengaruhi mahasiswa secara langsung dalam menggunakan *fintech*. Adapun Malinga & Maiga (2020) dalam penelitiannya mengenai adopsi sistem pembayaran digital oleh para pedagang di Uganda menyatakan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh langsung terhadap adopsi sistem pembayaran digital. Namun, Sastra & Asyari (2024) dalam penelitiannya terkait penggunaan *digital payment QRIS* pada UMKM mengemukakan bahwa *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, studi Bayumi (2023) menunjukkan *facilitating conditions* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Maka dari itu, berikut hipotesis yang dirumuskan.

H₄: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap adopsi sistem pembayaran digital

2.4.2 Pengaruh *Fear of missing out* Terhadap Adopsi Sistem Pembayaran Digital Oleh UMKM

Fear of missing out (FOMO) merujuk pada fenomena psikologis yang didefinisikan sebagai kekhawatiran berlebih akan kemungkinan orang lain mengalami pengalaman bermanfaat, sementara kita tidak (Przybylski *et al.*, 2013). Abel *et al.* (2016) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa bagi kebanyakan orang, melihat media sosial dapat membuat orang membandingkan hidup mereka dengan apa yang mereka lihat atau baca sehingga memunculkan perasaan takut akan ketinggalan sesuatu. Dalam konteks penggunaan teknologi, *FOMO* biasanya dikaitkan dengan meningkatnya tingkat penggunaan media sosial dan *smartphone* dan perangkat digital lainnya agar tidak ketinggalan berita atau aktivitas terbaru (Groenestein *et al.*, 2024). Sementara itu, dalam konteks ekonomi, *FOMO* biasanya terkait dengan lingkup investasi maupun perdagangan berupa ketakutan hilangnya peluang investasi atau dagang yang berpotensi menguntungkan (Ma, 2024). Menurut Kaddouhah (2024) konsep *FOMO* dalam pengambilan keputusan melibatkan dua faktor utama yaitu penghindaran penyesalan dan pertimbangan akan preferensi sosial.

Penelitian Sutarti *et al.* (2019) dalam konteks perbankan menunjukkan bahwa adopsi teknologi berpengaruh terhadap kinerja organisasi dengan variabel moderasi seperti efektivitas pengendalian internal. Meskipun penelitian tersebut fokus pada sektor perbankan, pendekatan serupa dapat diterapkan dalam konteks UMKM dimana adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM dipandang penting dalam peningkatan kinerja dan daya saing usaha, dengan variabel *FOMO* sebagai moderasi yang dapat memengaruhi hubungan antara konstruk *UTAUT* dan keputusan adopsi teknologi. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, *FOMO*

dapat menjadi dorongan psikologis yang memperkuat persepsi terhadap keempat konstruk *UTAUT* dan memengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem pembayaran digital guna tetap kompetitif di tengah tren yang berkembang.

Pertama, dari sisi *performance expectancy*, pelaku UMKM dengan *FOMO* cenderung yakin bahwa adopsi sistem pembayaran digital akan memberikan manfaat yang signifikan seperti meningkatkan efisiensi operasional dan menarik lebih banyak pelanggan yang lebih menyukai pembayaran digital all-in-one tunai. Hal ini terjadi karena pelaku UMKM merasa bahwa rekan bisnis ataupun kompetitornya mendapat manfaat dari teknologi ini, sehingga keinginan untuk mengikuti perkembangan kompetitornya dapat memperkuat keyakinannya terhadap kegunaan sistem pembayaran digital. Ini sejalan dengan studi Przybylski *et al.* (2013) mengenai bagaimana *FOMO* mengalihkan keinginan yang lebih tinggi untuk mengikuti tren yang sekiranya meningkatkan kinerja kompetitor. Demikian pula Gartner *et al.* (2022) dalam penelitiannya menyebut fenomena *FOMO* menjadi faktor psikologis yang mendorong pembuat keputusan untuk mengadopsi teknologi baru karena adanya kekhawatiran tertinggal dari pesaing dalam peningkatan kinerja. Dilain sisi, Ng *et al.* (2023) juga menyatakan bahwa *FOMO* berpengaruh positif terhadap niat adopsi teknologi dengan motivasi peningkatan efisiensi dan produktivitas kerja. Oleh karena itu, berikut ialah hipotesis yang dirumuskan.

H₅: *Fear of missing out* memperkuat pengaruh *performance expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital

Kedua, dari sisi *effort expectancy*, pelaku UMKM dengan *FOMO* akan lebih termotivasi untuk mencoba teknologi meskipun awalnya terasa sulit, karena takut tertinggal dari kompetitor yang sudah lebih dulu mengadopsi sistem pembayaran

digital. Pelaku UMKM yang mengalami *FOMO* cenderung merasa bahwa orang lain mampu mengakses dan menggunakan suatu teknologi dengan mudah, sehingga memperkuat keinginannya untuk turut mencoba mengadopsi sistem pembayaran digital. Hal ini sejalan dengan studi Gartner *et al.* (2022) yang menjelaskan mengenai pengambil keputusan yang akan membuat evaluasi positif terhadap teknologi baru apabila teknologi tersebut terbukti berguna dan mudah digunakan. Kemudian Ng *et al.* (2023) yang menyatakan *FOMO* berpengaruh positif terhadap niat adopsi teknologi karena motivasi peningkatan efisiensi kerja, yang mengindikasikan kemudahan penggunaan teknologi dalam adopsi. Sementara itu, Ketika pengguna menyadari kemudahan penggunaan teknologi namun melihat orang lain sudah lebih dulu mengadopsinya, *FOMO* dapat muncul dan memperkuat dorongan untuk segera mengadopsi (Elhai *et al.*, 2018). Dengan demikian, berikut ini ialah hipotesis yang dapat diajukan.

H₆: *Fear of missing out* memperkuat pengaruh *effort expectancy* terhadap adopsi sistem pembayaran digital

Ketiga, dari sisi *social influence*, *FOMO* sangat terkait erat dengan pengaruh sosial di mana pelaku UMKM yang mengalami *FOMO* akan cenderung memiliki tekanan dalam diri untuk mengadopsi sistem pembayaran digital untuk mengikuti tren teknologi dan tidak ingin dianggap tertinggal oleh pelanggan, komunitas bisnis, rekan usaha maupun kompetitor mereka. Ini sejalan dengan studi Przybylski *et al.* (2013) mengenai bagaimana perbandingan sosial memengaruhi perilaku terkait teknologi dan penelitian Kaddouhah (2024) yang menyatakan bahwa konsep *FOMO* dalam pengambilan keputusan melibatkan pertimbangan akan preferensi sosial. Kemudian Clor-Proell *et al.* (2019) menyatakan bahwa *FOMO* yang muncul akibat kekhawatiran tertinggal informasi

penting dapat menciptakan pengaruh sosial yang mendorong individu mengikuti tren. Sementara itu Ashrafi & Akhter (2024) dalam penelitiannya mengungkap peran *FOMO* yang memperkuat dampak pengaruh sosial terhadap perilaku konsumen dalam konteks *Fintech*. Hipotesis yang diajukan yakni sebagai berikut.

H₇: *Fear of missing out* memperkuat pengaruh *social influence* terhadap adopsi sistem pembayaran digital

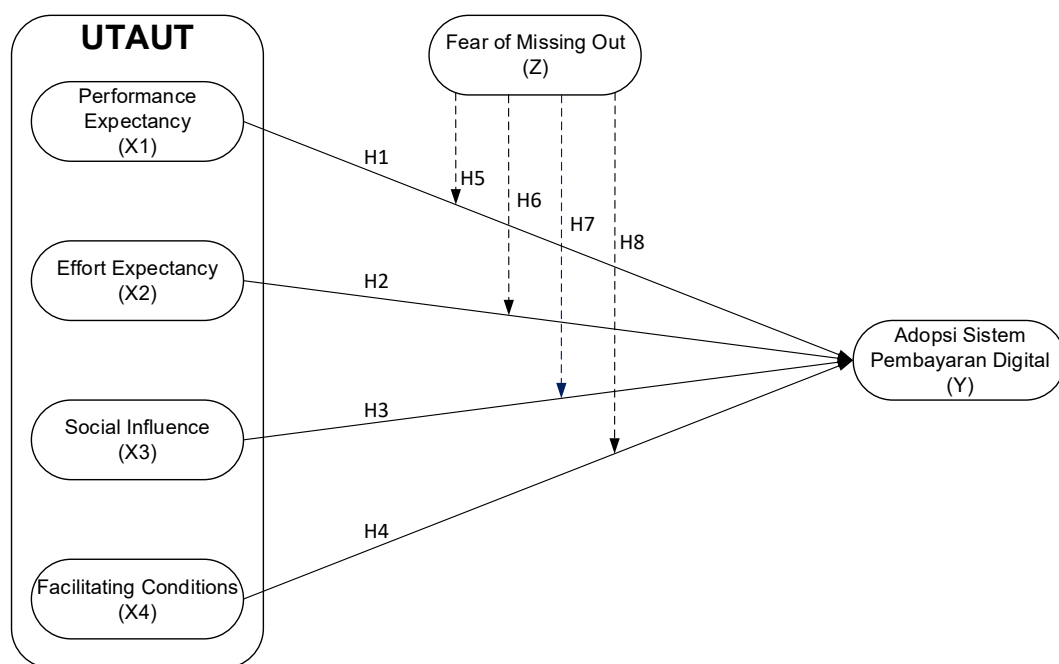
Terakhir, dari sisi *facilitating conditions*, pelaku UMKM yang mengalami *FOMO* akan cenderung lebih aktif dalam mempersiapkan perangkat pendukung seperti smartphone dan koneksi internet, serta berupaya untuk meningkatkan pengetahuan terkait dengan sistem pembayaran digital melalui panduan *online* atau pelatihan. Hal itu sesuai dengan studi Ng *et al.* (2023) dengan pernyataan mengenai kondisi pendukung seperti pelatihan menjadi faktor penting yang mendorong individu untuk menggunakan suatu teknologi. Demikian pula pada penelitian Gartner *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa pengalaman sebelumnya dapat menjadi pendukung dalam mengadopsi teknologi baru. Sementara penelitian Clor-Proell *et al.* (2019) mengutarakan bahwa ketersediaan teknologi dalam bentuk perangkat seluler dapat memfasilitasi penggunaan aplikasi investasi. Oleh sebab itu, berikut ini ialah hipotesis yang dirumuskan.

H₈: *Fear of missing out* memperkuat pengaruh *facilitating conditions* terhadap adopsi sistem pembayaran digital

2.5 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dengan konsep *Fear of missing out (FOMO)* untuk mengkaji beberapa faktor yang dinilai berpotensi memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital oleh UMKM. Variabel bebas (*independent*

variables) penelitian ini mencakup *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Sementara itu, variabel terikat (*dependent variables*) adalah adopsi sistem pembayaran digital. Terakhir, *FOMO* sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Gambar 2.3 berikut ini ialah kerangka konseptual dalam penelitian ini.



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual