

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Quick Response Code Indonesian Standard atau lebih familier dengan sebutan QRIS (dibaca Kris) merupakan terobosan untuk pengembangan sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia (BI) bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dalam bentuk standar QR Code. Terobosan ini diciptakan untuk menyesuaikan sistem pembayaran digital dengan industri 4.0 yang mengintegrasikan kegiatan online dengan kegiatan produksi dan mendukung peralihan dari pembayaran konvensional menjadi pembayaran digital. Melalui penggunaan QRIS diharapkan dapat mengurangi fragmentasi industri sistem pembayaran. QRIS memberikan fasilitas untuk mengintegrasikan sistem pembayaran digital dengan menggunakan satu QR code yang sudah disesuaikan dengan standar sehingga dapat tercipta interkoneksi dan interoperabilitas di dalam ekosistem dari sistem pembayaran di Indonesia (Silalahi et al., 2022, hlm. 123).

Dikutip dari CNBC Indonesia (2023) bahwa volume transaksi QRIS atau *Quick Response Code Indonesia Standard* sudah melampaui target Bank Indonesia (BI) hingga Oktober 2023. Sejak Januari-Oktober 2023, total volume transaksi QRIS sebesar 1,59 miliar. Dari sisi nominal, nilainya mencapai Rp 24,97 triliun. Dari sisi jumlah penggunaannya, hingga Oktober 2023 juga telah mencapai 43,44 juta atau setara dengan 92% dari total target sampai akhir tahun ini

sebanyak 45 juta. Sementara itu, jumlah merchantnya sebanyak 29,63 juta. Sebagian besarnya ialah merchant yang berasal dari UMKM sebesar 91,9%. Porsi usaha mikro 55,70%, kecil 30,17%, menengah 6,02%, dan besar 3,74%. Bank Indonesia resmi meluncurkan QR Indonesia Standard (QRIS) bertepatan dengan peringatan HUT RI ke-74 pada 19 Agustus 2019. QRIS pun kini sudah berkembang hingga bisa digunakan di luar negara, atau yang dikenal dengan QRIS antar negara. Selain itu, sistem QRIS ini juga telah diperluas fitur layanannya menjadi QRIS untuk transaksi tarik tunai, transfer, dan setor tunai atau QRIS Tuntas sejak 17 Agustus 2023 (CNBC Indonesia, 2023).

QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Semua penyelenggara jasa sistem pembayaran yang akan menggunakan QR code pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Kemajuan teknologi saat ini memberikan banyak kemudahan bukan hanya sebagai saluran pertukaran informasi antara individu dalam berinteraksi sosial tetapi juga dalam bidang yang lebih luas. kemajuan teknologi yang begitu pesat memberikan banyak perubahan dalam cara berpikir manusia. Berkembangnya pemikiran tersebut sangat berdampak pada kehidupan, khususnya dibidang ekonomi dan perbankan di indonesia. Dari pemikiran tersebut muncul banyak tuntutan masyarakat akan inovasi baru untuk mendukung dan mempermudah kehidupan sehari-hari.

Saat ini, dengan QRIS seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan non bank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan

diseluruh toko, rumah makan, tempat parkir, tempat wisata bahkan untuk penghimpunan dana. Salah satu penghimpun dana yang menggunakan metode QRIS sebagai salah satu metodenya ada dari Badan Amil Zakat Nasional atau yang disingkat BAZNAS (CNBC Indonesia, 2023).

Baznas merupakan lembaga nonstruktural yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui Menteri Agama. Baznas dibentuk dengan keputusan presiden (Keppres) RI No. 8 Tahun 2001 Tanggal 17 Januari 2001. Baznas memiliki tugas dan fungsi untuk perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, pelaporan dan pertanggung jawaban atas pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat, infaq dan sadaqah (ZIS). Berdasarkan Laporan Keuangan Baznas Kabupaten Banjar tahun 2025, diketahui bahwa jumlah total penerimaan Zakat untuk tahun 2025 adalah sebesar Rp 85.268.017, mengalami peningkatan dari jumlah total penerimaan zakat tahun 2024 yang hanya Rp. 169.642.495. Jumlah total penerimaan infaq/sadaqah untuk tahun 2025 sebesar Rp. 962.381.491, meningkat dari jumlah total penerimaan infaq/sadaqah pada tahun 2024 sebesar Rp. 880.925.491. Hal ini menjadi salah satu indikator bahwa masyarakat yang memutuskan untuk membayar zakat, infaq dan sedekah melalui Baznas Kabupaten Banjar mengalami peningkatan pada tahun 2025. Lebih jelasnya mengenai penerimaan zakat, infaq / sadaqah Baznas Kabupaten Banjar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Penerimaan Zakat, Infaq / Sadaqah Baznas Kabupaten Banjar (dalam Rupiah)

No.	Tahun	Zakat	Infaq/ Sedeka
1	2020	20.142.443	644.732.720
2.	2021	12.436.643	253.772.890
3.	2022	42.897.138	442.152.425
4.	2023	74.058.927	575.640.969
5.	2024	70.800.535	880.925.491
6.	2025	85.268.017	962.381.491

Sumber: Laporan Keuangan dan Laporan Auditor Independen Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Banjar, 2020-2026.

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas terlihat bahwa jumlah penerimaan Baznas Kabupaten Banjar dari aspek Infaq dan Sadaqah jauh lebih besar dibandingkan dengan penerimaan dari aspek zakat. Hal ini bisa terjadi karena pembayaran infaq dan sadaqah bersifat sukarela dan fleksibel serta tidak terikat nisab (batas minimal) dan haul (jangka waktu) seperti zakat mal, sehingga masyarakat lebih mudah dan sering mengeluarkannya. Selain itu adanya program infaq tambahan, seperti infaq Ramadhan per jiwa, seringkali ditambahkan di luar zakat fitrah, yang meningkatkan total perolehan infaq secara signifikan. Hal ini pulalah yang kemudian menjadi alasan peneliti memfokuskan pada keputusan masyarakat Kabupaten Banjar dalam berinfaq dan bersadaqah melalui Baznas.

Baznas juga memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia melalui berbagai macam program yang ada, seperti pemberian modal dan pembinaan dalam pengembangan usaha, pemberian beasiswa pendidikan, pembangunan sarana keagamaan, menyediakan layanan kesehatan gratis untuk masyarakat yang kurang mampu, dan lain-lain. Agar program yang dibuat bisa terlaksananya secara baik maka BAZNAS memberikan kemudahan dalam menunaikan ZIS melalui inovasi QRIS. Penggunaan QRIS diharapkan dapat

meningkatkan minat muzaki dalam menunaikan ZIS sehingga dana yang terkumpul pun dapat meningkat (Khalid et al., 2023, hlm. 1175).

Menurut Simon (1993) dalam Sari (2018, hlm. 2) pengambilan keputusan merupakan suatu bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih, yang prosesnya melalui mekanisme tertentu dengan harapan akan menghasilkan suatu keputusan yang terbaik. Siagian dalam Sari (2018, hlm. 3) bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Jadi, dari beberapa pendapat tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah proses mengidentifikasi alternatif yang ada yang paling sesuai dengan nilai dan tujuan individu untuk mendapatkan solusi dari masalah tertentu.

Terdapat sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang, dalam menggunakan QRIS dalam menunaikan Infaq dan Sadaqah. Risdayanti (2023, hlm. iv) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa penggunaan QRIS dalam membayar zakat maupun infaq dan sadaqah ditentukan oleh strategi yang diterapkan oleh pihak Baznas. Hasil penelitian Risdayanti (2023, hlm. iv) menyebutkan Strategi penghimpunan dana zakat, infaq dan sadaqah melalui QRIS di BAZNAS Provinsi Kalimantan Selatan, yaitu menerapkan strategi yang mengkombinasikan antara kekuatan dan peluang, yaitu: a) Memberikan pelayanan yang baik dengan memudahkan dalam layanan yang bisa diakses di berbagai aplikasi pembayaran digital, b) Meningkatkan keaktifan dalam mempromosikan

QRIS di sosial media untuk menarik pengguna baru, dan c). Mengoptimalkan kegiatan promosi ke semua instansi.

Penelitian Saragih et al., (2023) mengungkapkan bahwa keputusan seseorang dipengaruhi oleh promosi dan gaya hidup. Husain (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan QRIS, sementara pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan QRIS.

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS adalah pengetahuan, dimana menurut Notoatmodjo (2019, hlm. 54) pengetahuan adalah hasil tahu diri manusia dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan ini terjadi melalui panca indera manusia, yang terdiri dari indera penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Husain (2023, hlm. 5) menyatakan bahwa dengan adanya pengetahuan konsumen yang semakin tinggi terhadap suatu produk, maka akan semakin tinggi pula minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Pengetahuan konsumen mengenai produk QRIS dapat ditingkatkan melalui pengadaan promosi yang lebih luas mengenai sistem pembayaran QRIS.

Gaya hidup juga berpengaruh terhadap keputusan seseorang. Sebagaimana penelitian Saragih et al., (2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan seseorang. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya

hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen (Fitriyah & Farida, 2022, hlm. 46). Hasil studi pendahuluan yang dilakukan peneliti mengungkapkan bahwa saat ini gaya hidup masyarakat tidak bisa dipisahkan dari teknologi digitalisasi, termasuk dalam hal sistem pembayaran dimana saat ini lebih banyak masyarakat yang memilih metode pembayaran *cashless* misalnya saja dengan QRIS. Pembayaran melalui QRIS tak hanya dilakukan saat berbelanja saja, tetapi juga saat ini melaksanakan kegiatan yang bernilai ibadah seperti bayar zakat, bersadaqah dan ber infaq.

Faktor lain yang berpengaruh adalah promosi. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2020, hlm. 133). Penelitian yang dilakukan oleh Saragih et al., (2023) mengungkapkan bahwa promosi yang baik akan meningkatkan minat penggunaan suatu produk.

Didukung oleh penelitian Dhea (2022) bahwa pengaruh penggunaan QRIS Pada BSI Mobile memiliki peran yang cukup penting bagi perkembangan UMKM di era digital saat ini. Para Pelaku UMKM Pengguna QRIS yang telah terdaftar di Bank Syariah Indonesia KCP Kedaton Bandar Lampung terlatak memiliki peran yang cukup penting bagi UMKM ditandai dengan responden mengalami kemudahan dalam bertransaksi secara non tunai Dalam islam peran pengembangan teknologi ialah islam memberi kebebasan kepada kita sebagai

umat muslim dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, Allah berfirman dalam QS. Al-A'la ayat 8 di jelaskan bahwa Allah memberikan kemudahan (ilmu pengetahuan dan teknologi) agar manusia mendapatkan kemudahan, yakni dengan ketentuan dan tidak menentang pada norma dan nilai-nilai prinsip islami. Dengan adanya QRIS yang merupakan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut dapat membantu masyarakat dalam mewujudkan transaksi pembayaran dengan mudah, aman, nyaman dan praktis.

Novelty (kebaruan) dari penelitian mengenai Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup, dan Promosi terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan QRIS dalam Menunaikan Infaq dan Sadaqah terletak pada kombinasi variabel yang spesifik, konteks objek penelitian, dan kondisi terkini adopsi teknologi finansial syariah di Indonesia. Kebaruan utamanya adalah menempatkan gaya hidup (*lifestyle*) sebagai faktor kunci yang memadukan antara kebutuhan bertransaksi cepat (*digital lifestyle*) dengan perilaku berdonasi (infaq/sadaqah) di kalangan masyarakat urban atau Gen Z. Penelitian terdahulu fokus pada kemudahan teknis, namun penelitian ini menggabungkan bagaimana *gaya hidup cashless* berinteraksi dengan kewajiban keagamaan.

Meskipun penelitian mengenai QRIS sudah banyak, penelitian ini menyorot khusus pada sektor filantropi sosial (infaq/sadaqah), bukan pada transaksi komersial UMKM. Kebaruannya terletak pada analisis bagaimana Promosi (misalnya, kemudahan QRIS di masjid/lembaga zakat) mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam kondisi pasca-pandemi, di mana interaksi fisik dibatasi dan kepercayaan pada keamanan digital menjadi krusial. Penelitian ini

meneliti tingkat Pengetahuan masyarakat tidak hanya tentang QRIS secara umum, tetapi Pengetahuan Teknologi dan Pengetahuan ZIS/Infaq secara bersamaan. Novelty-nya adalah mengukur bagaimana literasi digital yang tinggi ternyata berbanding lurus dengan kemauan menunaikan infaq secara digital.

Penelitian ini relevan dengan pesatnya pertumbuhan transaksi QRIS di Indonesia yang melonjak drastis. *Novelty* juga terletak pada lokasi penelitian spesifik (misalnya di BAZNAS daerah tertentu atau komunitas keagamaan tertentu) yang belum banyak tersentuh penelitian sebelumnya, memberikan data empiris yang lebih *fresh*.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam menjelaskan bagaimana "gaya hidup digital" yang didukung oleh "pengetahuan teknologi" dan dipicu oleh "promosi lembaga" mampu membentuk "keputusan donasi digital (QRIS)" masyarakat pada konteks infaq dan sadaqah di Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengangkat topik penelitian yang mengkaji pengaruh penggunaan QRIS terhadap minat muzaki dalam menunaikan zakat, infaq, sadaqah, oleh karena itu judul yang diambil adalah **“Pengaruh Pengetahuan, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan QRIS dalam Menunaikan Infaq/ Sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang

1. Apakah pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar?
2. Apakah pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan yakni sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana penerapan teknologi keuangan seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dapat mempengaruhi perilaku

masyarakat dalam menunaikan kewajiban keagamaan seperti menunaikan infaq dan sadaqah.

2. Kegunanaan Akademis

Penelitian ini akan menjadi tambahan berharga bagi literatur akademis, khususnya dalam bidang studi ekonomi keagamaan dan teknologi keuangan, dengan memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara teknologi dan agama.

3. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah daerah, organisasi keagamaan, dan lembaga-lembaga terkait untuk mengembangkan kebijakan yang mendukung penggunaan teknologi keuangan dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam praktik keagamaan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional atau batasan istilah dalam penelitian ini adalah untuk memperjelas dan membatasi judul penelitian. Oleh karena itu dirangkum beberapa pengertian adalah sebagai berikut:

1. Keputusan adalah hasil akhir dari proses pengambilan keputusan, di mana seseorang atau sebuah kelompok memilih satu opsi atau tindakan dari beberapa alternatif yang tersedia. Keputusan dapat dibuat dalam berbagai konteks, baik itu dalam kehidupan sehari-hari, bisnis, politik, maupun dalam situasi yang lebih pribadi. Proses pengambilan keputusan melibatkan

penilaian situasi, identifikasi alternatif yang mungkin, evaluasi konsekuensi dari masing-masing alternatif, dan memilih tindakan yang dianggap paling sesuai dengan tujuan atau kebutuhan yang ada (Koswanto, 2020).

2. Masyarakat adalah orang yang tinggal pada suatu daerah atau wilayah tertentu. Masyarakat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penduduk Kabupaten Banjar yang melakukan pembayaran Zakat, Infaq dan Sadaqah melalui QRIS di Baznas Kabupaten Banjar (Alam, 2018).
3. Infaq adalah pemberian secara sukarela yang diberikan oleh muzaki untuk kepentingan umum atau untuk membantu sesama manusia. Infaq tidak memiliki ketentuan khusus dalam Islam seperti zakat, namun merupakan amal kebajikan yang sangat dianjurkan (Alam, 2018).
4. Sadaqah adalah pemberian secara sukarela yang diberikan oleh muzaki untuk kepentingan umum atau untuk membantu sesama manusia. Sadaqah dapat diberikan dalam berbagai bentuk, baik berupa harta maupun non-harta, dan merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat ditekankan dalam Islam (Alam, 2018).
5. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah standar kode QR yang digunakan di Indonesia untuk melakukan transaksi keuangan elektronik secara mudah dan cepat. QRIS memungkinkan pengguna untuk membayar atau menerima pembayaran dengan mengonversi informasi pembayaran ke dalam bentuk kode QR yang dapat dibaca oleh perangkat ponsel pintar atau mesin pembaca kode QR. Penggunaan QRIS telah berkembang pesat sebagai

metode pembayaran digital di berbagai sektor, termasuk dalam konteks pembayaran zakat, infaq, dan sadaqah (Sari dan Raya, 2022).

6. Baznas merupakan singkatan dari Badan Amil Zakat Nasional, adalah lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan zakat, infaq, dan sadaqah di tingkat nasional atau daerah. Baznas memiliki peran penting dalam mengelola dan mendistribusikan dana zakat untuk membantu mereka yang membutuhkan sesuai dengan prinsip Islam. Di Kabupaten Banjar, Baznas memiliki peran dalam memfasilitasi penggunaan QRIS dalam menunaikan zakat, infaq, dan sadaqah (Hudaefi, dkk 2020).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memuat dan mengkaji hasil penelitian yang relevan baik penelitian lapangan maupun penelitian kepustakaan untuk menunjukkan bahwa fokus yang diangkat dalam penelitian mahasiswa belum pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak terjadi pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian terdahulu. Berikut adalah uraian penelitian terdahulu, yakni :

1. Sukmawati, dkk (2022), “Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori *Technology of Acceptance Mod*”. Penelitian ini menemukan bahwa muzaki dalam menerima dan menggunakan jasa teknologi keuangan untuk membayar ZIS non tunai dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, dan niat. Namun persepsi kegunaan tidak mempengaruhi sikap muzakki dalam membayar ZIS non tunai, dan secara tidak langsung persepsi kegunaan

tidak mempengaruhi penggunaan aktual muzakki dalam membayar ZIS. Penelitian ini mempunyai makna agar lembaga zakat dapat mengetahui penerimaan dan pemanfaatan teknologi muzakki dalam membayar zakat sehingga dapat melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan kepada muzakki dan masyarakat yang akan membayar zakat non tunai (Sukmawati et al., 2022).

2. Laili, dkk (2024), “Efektivitas Strategi Penghimpunan Dana ZIS (Zakat, Infaq, Sadaqah) Melalui Digital QRIS di Baznas Kota Malang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas penghimpunan dana ZIS melalui digital QRIS untuk mencapai tujuan dengan QRIS akan mempermudah dan membantu masyarakat dalam membayar ZIS, integrasi dapat memudahkan muzakki dalam menghimpun dana ZIS, serta adaptasi untuk menjaga mengikuti perkembangan saat ini.. Memberikan dampak penghimpunan dana ZIS melalui QRIS digital untuk kemudahan dan efisiensi transaksi, inklusivitas, diversifikasi saluran pembayaran, peningkatan kesadaran dan aksesibilitas (Laili & Aminah, 2023).
3. Yazid, (2017). “Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam menunaikan zakat di nurul hayat cabang Jember”. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Muzakki adalah positif dan signifikan, dengan Koefisien Garis Standarisasi pengaruh langsung sebesar 0,517. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat muzakki adalah signifikan positif, dengan *Standardized Line Coefisien* memberikan pengaruh langsung sebesar 0,148. Pengaruh Citra Institusi terhadap Minat Muzakki

adalah signifikan positif, dengan Standardized Line Coefisien pengaruh langsung sebesar 0,194 (Yazid, 2017).

4. Muh Nurchalis Husain (2023), “Pengaruh Promosi dan Pengetahuan Pedagang terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Code Indonesian standar* (QRIS) dengan Persepsi Kemudahan sebagai variabel Moderating (Studi Pedagang Pasar Impres Manonda Kota Palu)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial melalui uji T variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang, variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, variabel persepsi kemudahan tidak dapat memoderasi pengaruh promosi terhadap minat pedagang dan variabel persepsi kemudahan tidak dapat memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat pedagang. Sedangkan secara uji F promosi dan pengetahuan berpengaruh secara serempak Terhadap Minat Pedagang Dengan persepsi kemudahan Sebagai Variabel Moderating, dengan hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,575 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini adalah 57,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti (Husain, 2023).
5. Saragih, Soemitra dan Nurbaiti (2023), “Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, persepsi manfaat dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet secara simultan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa promosi,

persepsi manfaat dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada kalangan mahasiswa-mahasiswi di kota Medan (Saragih et al., 2023).

6. Rohma & Mardikaningsih (2025), “Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab”. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk hijab. Pengaruh gaya hidup dan promosi sangat penting karena dapat mendorong konsumen untuk lebih aktif dalam melakukan pembelian dan memahami nilai dari produk hijab yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan hijab dan pihak terkait diharapkan dapat terus menciptakan dan memelihara lingkungan yang mendukung peningkatan variasi produk yang sesuai dengan gaya hidup serta strategi promosi yang efektif untuk mencapai tujuan penjualan yang optimal (Rohma & Mardikaningsih, 2025).
7. Nasratuddin, M. A. (2025). “Efektivitas Penggunaan Qris dalam Meningkatkan Kemudahan Layanan Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Sedekah) Wahdah Inspirasi Zakat Kota Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua mekanisme utama dalam penerapan QRIS, yaitu melalui campaign donasi yang mengintegrasikan sistem pembayaran QRIS di berbagai platform, termasuk website, serta promosi langsung dalam bentuk akrilik, brosur, dan pamflet yang disebar di lokasi strategis. Aspek efektivitas, data selama satu tahun terakhir menunjukkan adanya konsistensi penghimpunan dana setiap bulan melalui QRIS. Hal ini menegaskan bahwa

penggunaan QRIS efektif dalam mempermudah masyarakat dalam berdonasi, didukung oleh sosialisasi yang dilakukan oleh Wahdah Inspirasi Zakat. Efektivitas ini dianalisis berdasarkan indikator pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi, yang menunjukkan bahwa QRIS mampu meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan dalam pembayaran ZIS (Nasratuddin, 2025).

8. Halisah dan Ma'sumah (2025), "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah melalui QRIS di Baznas Banyumas". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat, infak, dan sedekah melalui QRIS, religiusitas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui QRIS, dan persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui QRIS. Sedangkan hasil secara simultan menunjukkan bahwa pengetahuan, religiusitas, dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah melalui QRIS (Halisah & Ma'sumah, 2025).

Secara umum, penelitian terdahulu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan karena sama-sama membahas penggunaan teknologi pembayaran digital, khususnya QRIS, dalam mendukung transaksi keuangan, termasuk pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Selain itu, penelitian-penelitian tersebut sama-sama mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan pembayaran digital, seperti pengetahuan,

promosi, gaya hidup, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, maupun religiusitas. Beberapa penelitian juga menggunakan variabel yang serupa, seperti pengetahuan dan promosi, serta sama-sama bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi lembaga pengelola zakat agar dapat meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam penghimpunan dana ZIS.

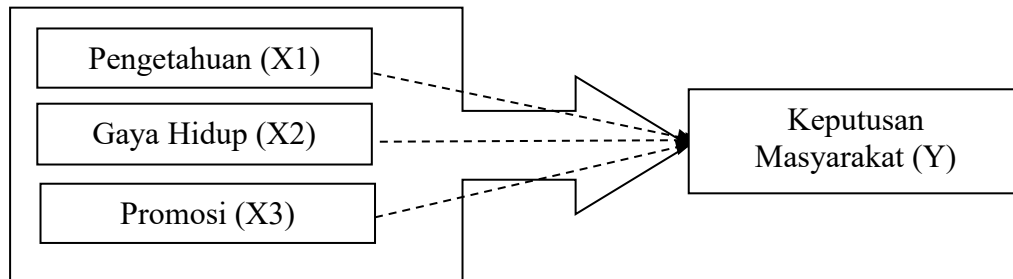
Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa perbedaan yang menjadi nilai kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada minat menggunakan QRIS, penerimaan teknologi, atau efektivitas implementasi QRIS dalam penghimpunan dana ZIS. Penelitian lain juga lebih banyak menggunakan variabel seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kualitas pelayanan, religiusitas, dan citra institusi sebagai faktor yang memengaruhi perilaku pengguna. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Hasanah secara khusus mengkaji pengaruh pengetahuan, gaya hidup, dan promosi terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq/sadaqah di BAZNAS Kabupaten Banjar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengombinasikan variabel yang belum banyak diteliti secara bersamaan dalam konteks filantropi Islam digital, tetapi juga menggunakan keputusan masyarakat sebagai variabel dependen, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris baru dalam pengembangan strategi digitalisasi penghimpunan dana infaq dan sedekah di tingkat daerah.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penggunaan QRIS sebagai media pembayaran zakat, infak, dan sedekah telah banyak diteliti, baik dari aspek penerimaan teknologi, efektivitas implementasi, maupun faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan faktor yang konsisten berpengaruh terhadap penggunaan QRIS (Husain, 2023; Halisah & Ma'sumah, 2025), sedangkan promosi memberikan hasil yang beragam, di mana pada beberapa penelitian berpengaruh signifikan (Saragih et al., 2023; Rohma & Mardikaningsih, 2025), namun pada penelitian lain tidak berpengaruh secara parsial (Husain, 2023). Selain itu, penelitian mengenai gaya hidup lebih banyak diterapkan pada konteks penggunaan e-wallet atau keputusan pembelian produk, sehingga masih relatif sedikit dikaji dalam konteks pembayaran ZIS melalui QRIS.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena mengintegrasikan tiga variabel, yaitu pengetahuan, gaya hidup, dan promosi, untuk menganalisis keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq/sadaqah pada BAZNAS Kabupaten Banjar. Penelitian ini juga memperluas kajian sebelumnya dengan mengalihkan fokus dari minat atau efektivitas implementasi menuju keputusan aktual masyarakat dalam menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran infaq/sadaqah, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan strategi digitalisasi penghimpunan dana filantropi Islam di tingkat daerah.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir dalam penelitian ini bisa dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 1. Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan:

- > : Pengaruh Secara Parsial
 —————> : Pengaruh Secara Simultan

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1

H01 : Pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar

Ha1 : Pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar.

Hipotesis 2

H02 : Pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara simultan tidak berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat menggunakan

QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar

Ha2 : Pengetahuan, gaya hidup dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan QRIS dalam menunaikan infaq dan sadaqah di Baznas Kabupaten Banjar

I. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah dalam menyusun skripsi ini, penyusun menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan yang membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi landasan teori mengenai pengambilan keputusan, pengetahuan, gaya hidup, promosi, infaq dan sadaqah, serta QRIS

Bab III, berisi metode penelitian yang menguraikan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data

Bab keempat, berisi analisis data dan laporan penelitian yang berisi gambaran umum Baznas Kabupaten Banjar, karakteristik responden, deskripsi statistik variabel penelitian, hasil analisis data serta pembahasan.

Bab kelima, berisi kesimpulan dan saran-saran.