

**Analisis Niat Menyalurkan Infaq dengan Menggunakan QRIS pada
Generasi Z dengan Model UTAUT: Peran Altruisme dan Religiusitas**

**¹Dewita Puspawati*, ²Novel Idris Abas, ³Kurnia Rina Ariani, ⁴Ihsan Cahyo
Utomo, ⁵Lintang Kurniawati**
¹²³⁴⁵ Universitas Muhammadiyah Surakarta
dp123@ums.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the UTAUT model on the intention to use QRIS in distributing infaq with the addition of altruism and religiosity variables. The sample of this study was Generation Z in Central Java. The number of samples used in this study was 345 respondents. The data analysis technique used SEM PLS. The results showed that performance expectancy, social influence, facilitating conditions, and altruism influenced the intention to use QRIS in distributing infaq. However, effort expectancy and religiosity did not influence. The implication of this study is that infaq management institutions and mosques need to create QR Codes to facilitate the community in donating infaq.

Keywords: *altruism, infaq, QRIS, religiosity, UTAUT*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh model UTAUT terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* dengan penambahan variabel *altruism* dan religiusitas. Sampel penelitian ini adalah generasi Z yang berada di Jawa Tengah. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 345 responden. Teknik analisis data menggunakan SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *altruism* mempengaruhi niat menggunakan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Namun, *effort expectancy* dan religiusitas tidak mempengaruhi. Implikasi dari penelitian ini adalah lembaga pengelola *infaq* dan masjid perlu membuat *QR Code* untuk memudahkan masyarakat dalam menyalurkan *infaq*.

Kata kunci: *altruism, infaq, QRIS, religiusitas, UTAUT*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang menyebar pada tahun 2022 mengubah banyak pola kehidupan masyarakat ke dalam digitalisasi, termasuk mekanisme pembayaran yang bertransformasi menjadi *digital money* (Brown, 2020). Selain itu, dengan adanya wabah ini berdampak pada meningkatnya rasa kemanusiaan masyarakat untuk saling membantu sesama dengan memberikan donasi (Aji et al., 2021). Semua agama mendorong individu untuk melakukan donasi (Ranganathan & Henley, 2008; Teah et al., 2014), termasuk Islam (Kasri & Ramli, 2019). Dalam Islam, ada beberapa bentuk donasi, seperti zakat, infaq, dan *shodaqoh*. Infaq merupakan amalan yang bersifat sukarela dalam bentuk moneter dan non-moneter, yang biasanya digunakan sebagai

instrumen untuk mendorong kesejahteraan sosial dan mengurangi kemiskinan (Herianingrum et al., 2024).

QRIS merupakan salah satu standar pembayaran digital di Indonesia. Bank Indonesia mencatat pengguna QRIS mencapai 54,1 juta pada bulan Oktober 2024 (CNN Indonesia, 2024). Jumlah pengguna QRIS terus bertambah dari tahun 2022 – 2024 (ASPI, 2024). QRIS menjadi alternatif dalam pembayaran yang dilakukan oleh konsumen, terutama Gen Z dan Milenial. Generasi Z mendominasi jumlah penduduk di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020) jumlah generasi Z mencapai 71,59 juta jiwa atau mencapai 25,5% dari seluruh populasi. Generasi Z lahir diantara tahun 1995 sampai 2010 (Bencsik & Machova, 2016). Mereka tumbuh di masa pertumbuhan teknologi dan informasi yang cepat, sehingga lebih mudah bagi Generasi Z untuk memahami teknologi dan informasi (Alam et al., 2022).

Penerapan QRIS di Indonesia tidak hanya terbatas pada transaksi pembayaran umum, tetapi juga membuka peluang lebih luas bagi masyarakat untuk menyalurkan zakat, infak, sedekah, serta sumbangan sosial lainnya secara non-tunai. Sistem ini memungkinkan donasi dapat disalurkan ke tempat ibadah, seperti masjid, serta ke berbagai lembaga sosial dengan lebih mudah dan efisien (Abimanyu, 2022). Jika sebelumnya *infaq* hanya dapat diberikan secara langsung, kini proses tersebut menjadi lebih praktis dan efisien melalui transaksi digital. Lembaga keuangan Islam juga aktif memanfaatkan teknologi QRIS dengan harapan dapat mengoptimalkan penghimpunan *infaq* secara lebih efektif (Aidin & Yunus, 2023).

Penelitian yang berkaitan dengan donasi dalam Islam, seperti *online zakat* sudah dilakukan oleh (Afifudin et al., 2023; Alam et al., 2022; Ghofar et al., 2024) melakukan penelitian untuk mencari determinan mempengaruhi model adopsi pembayaran digital untuk Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS). Lebih lanjut, penelitian mengenai *infaq* telah dilakukan oleh Aji et al. (2021) mengenai faktor yang mempengaruhi niat melakukan *online infaq* selama masa pandemi Covid-19. Namun, penelitian yang membahas niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* masih sangat terbatas.

Sebagaimana telah dibuktikan pada penelitian sebelumnya, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dapat memprediksi niat seseorang dalam menggunakan teknologi untuk berdonasi. Hasil penelitian sebelumnya menemukan bahwa model UTAUT, yaitu *performace expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition* mempengaruhi niat pembayaran ZIS secara *online* atau digital (Kasri & Sosianti, 2023; Oktavendi & Mu'ammal, 2022; Wiryawan et al., 2023). Belum ada penelitian yang membuktikan model UTAUT dalam niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi *gap* tersebut, yakni dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* dengan model UTAUT dengan penambahan variabel *altruism* dan *religiosity*.

TINJAUAN LITERATUR

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Terdapat banyak penelitian mengenai adopsi dan penggunaan sistem atau teknologi informasi. Penelitian tersebut menggunakan teori-teori klasik, seperti *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975), *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen, 1991), dan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989). Berdasarkan pengadaptasian TAM, (Venkatesh et al., 2003) merancang *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang terdiri dari faktor keberterimaan teknologi, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Menurut (Shachak et al., 2019) model berbasis TAM dan UTAUT telah diidentifikasi sebagai kerangka kerja yang paling efektif dalam adopsi teknologi. Model UTAUT mampu menjelaskan serta memprediksi 70% dari varians dari adopsi teknologi. Banyak penelitian yang menggunakan UTAUT sebagai konstruk dalam keberterimaan teknologi, seperti *biometric m-payment systems* (Liébana-Cabanillas et al., 2024), adopsi *agricultural fintech products and service* (Sharma, 2024), dan adopsi *digital payment* (Arianita & Anggarawati, 2023).

Quick Respon code Indonesian Standard (QRIS)

QR Code merupakan jenis *barcode* dua dimensi yang berisi informasi lebih banyak dari *barcode* dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal (Bank Indonesia, 2020). *QR Indonesian Standard (QRIS)* adalah standar *QR Code* pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS merupakan salah satu alternatif pembayaran non-tunai-digital yang ada di Indonesia. Adanya QRIS membantu masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran dengan mudah, aman, dan efisien. Penerapan QRIS bertujuan untuk memfasilitasi transaksi keuangan bagi semua kalangan dengan latar belakang yang beragam, salah satunya yaitu generasi Milenial yang umumnya berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa (Kurniawati et al., 2021; Sihalohe et al., 2020). QRIS terdiri dari dua jenis, yaitu *static QR Code* dan *dynamic QR Code*. Penggunaan QRIS dalam transaksi *infaq* biasanya berbentuk *static QR Code*. *Static QR Code* biasanya bersifat tetap, ditampilkan dalam *sticker* atau *print-out*, dimana nominal transaksi diinput oleh konsumen pada *mobile device* konsumen. Kemudahan pembayaran dapat memicu peningkatan penyaluran dana zakat, infaq, dan shadaqah yang masih sangat jauh dari potensi yang ada di Indonesia (Rusadi et al., 2022).

Altruism

Altruisme, yang didefinisikan sebagai kepedulian tanpa pamrih terhadap kesejahteraan orang lain, telah lama menjadi fokus dalam studi perilaku manusia, khususnya dalam konteks filantropi dan sedekah. Literatur menunjukkan bahwa altruisme memainkan peran penting dalam mendorong individu untuk berpartisipasi dalam kegiatan sedekah, baik melalui metode tradisional maupun platform digital. Perkembangan teknologi telah mengubah cara individu berpartisipasi dalam

kegiatan filantropi. Platform digital memfasilitasi proses donasi, membuatnya lebih mudah dan cepat. Penelitian oleh (Hefni, 2021) menyoroti peran e-filantropi dalam pembiayaan pendidikan di komunitas perbatasan selama pandemi COVID-19. Studi ini menemukan bahwa gerakan altruisme melalui platform digital mampu memperkuat solidaritas kemanusiaan dan membantu masyarakat yang membutuhkan.

Religiusitas

Dalam beberapa tahun terakhir, religiusitas sering dijadikan menjadi salah satu faktor dalam penelitian *Islamic mobile service* (Suhartanto et al., 2020). Religiusitas memainkan peran penting dalam meningkatkan standar moral dan etika di kalangan individu (Abdullah & Sapiei, 2018; Ahsan et al., 2024). Religiusitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu berkomitmen terhadap agama dan ajarannya (Johnson et al., 2001). Sikap, perilaku, dan karakter seseorang dibentuk oleh keyakinan agamanya (Barro & McCleary, 2003; Lehrer, 2004). Religiusitas juga didefinisikan sebagai keyakinan dan ketaatan individu terhadap ajaran agama, yang ditunjukkan dalam bentuk ibadah, kebaikan kepada sesama manusia, dan penyucian jiwa untuk mendapatkan cinta Tuhan (Muflih et al., 2024). Bagi umat Muslim, religiusitas diidentifikasi berdasarkan jumlah dan karakteristik ibadah wajib dan *sunnah*, ketaatan terhadap perintah dan larangan, serta partisipasi dalam tindakan sosial (Abou-Youssef et al., 2015). Penyaluran *infaq* merupakan salah satu bentuk ibadah yang dilakukan oleh umat muslim sebagai partisipasi dalam kegiatan sosial.

Pengembangan Hipotesis

Performance expectancy memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana seseorang memandang dan akhirnya menggunakan teknologi inovatif (Lin et al., 2023b). Dalam *performance expectancy*, individu mempertimbangkan sejumlah kriteria, seperti efisiensi operasional teknologi dan sejauh mana teknologi tersebut dapat menghemat waktu dan tenaga dalam tugas-tugas perbankan (Salem & Rassouli, 2024). Seseorang cenderung akan melihat penggunaan teknologi (seperti, QRIS) sebagai hal yang positif dalam melakukan *infaq* ketika mereka memiliki ekspektasi kinerja yang tinggi dalam melakukan donasi atau pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS). Mereka memandang teknologi ini sebagai solusi yang layak untuk meningkatkan kemudahan, akurasi, dan personalisasi (Kelly et al., 2023; Saxena et al., 2023). Sebaliknya, *performance expectancy* yang rendah dapat menjadi hambatan yang kuat dalam adopsi teknologi baru. Hasil penelitian menunjukkan (Salem & Rassouli, 2024) bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan *AI-powered online banking* dipengaruhi oleh *performance expectancy*. *Performance expectancy* juga mempengaruhi adopsi *biometric m-payment systems* (Liébana-Cabanillas et al., 2024). Sedangkan, Wiryawan et al. (2023) menemukan bahwa *performance expectancy* tidak mampu mempengaruhi niat menggunakan *digital banking*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H₁: Performance Expectation Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan Infaq.

Effort expectancy didefinisikan sebagai tingkat kemudahan seseorang dalam menggunakan sistem,. Individu yang memiliki keyakinan dapat dengan mudah melakukan transaksi, kemudahan dalam menjelajahi *user interface*, dan kemudahan mendapatkan akan memengaruhi kecenderungan mereka untuk berinteraksi dengan teknologi (Vitezić & Perić, 2021). Pengguna lebih cenderung menggunakan teknologi QRIS dalam melakukan *infaq* ketika merasa mudah dalam menggunakan teknologi tersebut. Hasil penelitian (Amer jid Almahri et al., 2024) menunjukkan bahwa niat adopsi teknologi dipengaruhi oleh *effort expectancy*. Sejalan dengan hal tersebut, (Ningsih & Hamid, 2023) menjelaskan bahwa *effort expectancy* dapat mempengaruhi niat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan, (Chen et al., 2024) menjelaskan bahwa adopsi teknologi tidak mampu dipengaruhi oleh *effort expectancy*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H₂: Effort Expectation Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan Infaq.

Pendapat pelanggan dan adopsi teknologi AI dalam industri perbankan sangat dipengaruhi oleh pengaruh sosial (Cheng et al., 2024). *Social influence* menekankan pada dampak adanya jaringan sosial, seperti bagaimana keluarga dan orang-orang terdahulu dapat mempengaruhi perspektif seseorang dan kecenderungan menggunakan teknologi. Terdapat berbagai bentuk *social influence*, seperti rekomendasi dari mulut ke mulut dari teman atau keluarga, ulasan dari internet, persepsi budaya yang lebih luas terhadap teknologi (Kuberkar & Singhal, 2020). Dalam hal ini, kerabat terdekat yang menggunakan QRIS dalam melakukan *infaq* dapat mempengaruhi seseorang untuk mempertimbangkan melakukan hal yang sama (Setiawan et al., 2023). Hasil penelitian (Sharma, 2024) menunjukkan bahwa *social influence* mempengaruhi adopsi teknologi. Sedangkan, (Bouteraa, 2024) menjelaskan bahwa *social influence* tidak mempengaruhi niat penggunaan *fintech*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H₃: Social Influence Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan Infaq.

Facilitating condition menjadi faktor yang penting dalam bagaimana konsumen melihat teknologi sebagai sesuatu yang mudah diakses. Kemudahan akses yang dimaksud adalah aksesibilitas infrastruktur, sistem pendukung, dan sumber daya yang diperlukan untuk memfasilitasi interaksi yang lancar dengan teknologi (Cheng et al., 2024; Lin & Lee, 2023). Hal ini akan membentuk rasa nyaman dan aksesibilitas pada pengguna, sehingga akan berdampak pada kesiapan pengguna dalam penggunaan teknologi (Lim & Zhang, 2022; Lin et al., 2023a). Hasil penelitian (Sánchez Holgado & Arcila Calderón, 2024) menunjukkan bahwa *facilitating condition* mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi. Sedangkan, (Amer jid Almahri et al., 2024) membuktikan bahwa *facilitating condition* tidak mempengaruhi adopsi

teknologi *chatbot*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H₄: *Facilitating Condition* Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan *Infaq*.

Individu dengan tingkat altruisme yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk membantu orang lain tanpa mengharapkan imbalan. Dalam konteks donasi digital, adanya QRIS telah memfasilitasi perilaku ini dengan menyediakan sarana yang mudah diakses untuk menyalurkan *infaq*. Penelitian oleh (Sauri, 2022) menunjukkan bahwa perilaku altruisme masyarakat Indonesia dapat meningkatkan partisipasi donatur. Selain itu, hasil penelitian (Maulidah, 2024) mengindikasikan bahwa motivasi altruistik memiliki peran dalam mendorong individu untuk berpartisipasi dalam donasi *online*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H₅: *Altruism* Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan *Infaq*.

Abror et al. (2022) menjelaskan bahwa religiusitas mencakup keyakinan kepada Tuhan untuk memperkuat individu dalam menjalankan prinsip-prinsip agama dalam kegiatan ibadah, sosial, dan bisnis. Dalam konsep pembayaran Zakat, *Infaq*, *Shodaqoh* (ZIS), religiusitas menjadi salah satu faktor krusial karena umat muslim yang memiliki nilai religiusitas yang tinggi diharapkan memiliki kesadaran yang lebih tinggi untuk melakukan pembayaran zakat (Noor Azman & Bidin, 2015). Berdasarkan QS At Taubah: 71 dapat dijelaskan bahwa hanya mereka yang bertakwa atau religius yang menunjukkan sikap baik terhadap pembayaran dan kemauan untuk membayar *infaq* (Aji et al., 2021). Hasil penelitian (Bananuka et al., 2020) dan (Wijaya & Mahardika, 2019) menjelaskan bahwa religiusitas mampu mempengaruhi perilaku seseorang. Sedangkan, Hasil penelitian Aji et al., (2021) menemukan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi pembayaran zakat atau *infaq*. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

H₆: Religiusitas Berpengaruh terhadap Niat Penggunaan QRIS dalam Menyalurkan *Infaq*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Penelitian ini menggunakan 7 variabel. Variabel diukur dengan item kuesioner yang dimodifikasi dari penelitian sebelumnya. Niat menggunakan QRIS untuk menyalurkan *Infaq* diadopsi dari penelitian (Im et al., 2011). Model UTAUT yang terdiri dari variabel *performance expectation*, *effort expectation*, *social influence*, dan *facilitating condition* diadopsi dari penelitian (Venkatesh et al., 2003). Variabel *altruism* diadopsi dari penelitian (Beik et al., 2023) dan (Signes et al., 2023).

Religiusitas diadopsi dari penelitian (Mohd Dali et al., 2019). Seluruh pernyataan dinilai dengan skala Likert 4 poin.

Penelitian ini menggunakan teknik survei dalam pengumpulan data. Kuesioner disebarakan secara *online* melalui Google Form. Jumlah item pernyataan kuesioner sebanyak 27 pernyataan. Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience* sampling dengan kriteria sampel, yaitu generasi Z yang beragama Islam yang berada di Jawa Tengah. Sebanyak 270 responden berhasil dikumpulkan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SEM-PLS. Dalam SEM, pengujian dilakukan terhadap dua model yaitu model pengukuran dan model struktural (Hair et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Statistik

Tabel 1 menunjukkan data demografi untuk 345 responden yang seluruhnya adalah generasi Z. Jumlah responden terdiri dari responden laki-laki sebanyak 110 orang dan responden perempuan sebanyak 235 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Profil	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	110	31,9
Perempuan	235	68,1
Pendapatan		
< Rp 500.000,-	154	44,6
Rp 500.001 – Rp 1.000.000	80	23,2
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	59	17,1
> Rp 1.500.00	52	15,1
Pernah membayar infaq menggunakan QRIS.		
Ya	100	30
Tidak	245	70

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan tabel di atas, jumlah pendapatan didominasi sebesar Rp 500.000 karena berstatus mahasiswa. Sebesar 70% responden belum pernah melakukan donasi *infaq* dengan menggunakan QRIS.

Uji Model Pengukuran

Pengujian model pengukuran dan struktural diuji dengan menggunakan SEM. Pengujian validitas terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dinilai menggunakan *loading factors*, sedangkan validitas

diskriminan dinilai berdasarkan *average variance extracted* (AVE). Lebih lanjut, data dinyatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach Alpha* (CA) di atas 0,7 (Hair et al., 2013).

Tabel 2. Measurement Model Test – Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading	CA	CR	AVE
<i>Performance Expectancy</i>	PE1	0,864	0,880	0,889	0,807
	PE2	0,908			
	PE3	0,922			
<i>Effort Expectancy</i>	EE1	0,910	0,791	0,791	0,827
	EE2	0,909			
<i>Social Influence</i>	SI1	0,855	0,824	0,859	0,732
	SI2	0,873			
	SI3	0,839			
<i>Facilitating Condition</i>	FC1	0,825	0,753	0,753	0,670
	FC2	0,807			
	FC3	0,823			
<i>Altruism</i>	ALT1	0,884	0,871	0,900	0,612
	ALT2	0,867			
	ALT3	0,592			
	ALT4	0,818			
	ALT5	0,735			
	ALT6	0,760			
<i>Religiosity</i>	RLG1	0,930	0,959	0,961	0,833
	RLG2	0,947			
	RLG3	0,967			
	RLG4	0,896			
	RLG5	0,861			
	RLG6	0,869			

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Sesuai dengan tabel 2, seluruh item kuesioner terbebas dari kesalahan validitas konvergen dikarenakan seluruh item kuesioner memiliki nilai *loading factor* > 0,5. Untuk CR dan CA untuk seluruh item kuesioner juga menunjukkan nilai > 0,7 yang mengindikasikan bahwa memenuhi asumsi reliabilitas.

Tabel 3. Validitas Diskriminan – Fornell-Larcker Criterion

	ALT	EE	FC	IU	PE	RLG	SI
ALT	0,782						
EE	0,394	0,910					
FC	0,449	0,592	0,818				
IU	0,396	0,519	0,657	0,905			
PE	0,387	0,667	0,516	0,571	0,898		
RLG	0,680	0,302	0,328	0,252	0,314	0,912	

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Pada tabel 2, nilai AVE > 0,5 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner juga terbebas dari masalah validitas diskriminan. Skor akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk di bagian diagonal juga lebih besar daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan terdukung (Fornell & Larcker, 1981).

Uji Model Struktural

Tabel 4 menyajikan hasil uji model struktural, yaitu nilai koefisien determinasi dan uji pengaruh langsung. Nilai *Adj. R²* sebesar 0,540 yang menunjukkan bahwa 54% variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *altruism*, dan *religiosity* mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Sisanya, sebesar 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis

Keterangan	Beta	<i>p-values</i>	Kesimpulan Pengujian Hipotesis
<i>Performance Expectancy – Intention to Use</i>	0,250	0,000	Ya
<i>Effort Expectancy – Intention to Use</i>	-0,022	0,741	Tidak
<i>Social Influence – Intention to Use</i>	0,234	0,000	Ya
<i>Facilitating Condition – Intention to Use</i>	0,386	0,000	Ya
<i>Altruism – Intention to Use</i>	0,119	0,031	Ya
<i>Religiosity – Intention to Use</i>	-0,060	0,193	Tidak
<i>Adj. R²</i>		0,540	

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *performance expectancy* mampu mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* ($p=0,000$), sehingga H_1 diterima. Lebih lanjut, *social influence* ($p=0,000$), *facilitating condition* ($p=0,000$), dan *altruism* ($p=0,031$) menunjukkan pengaruh terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh *effort expectancy* ($p=0,741$) dan *religiosity* ($p=0,193$) yang tidak mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*.

Pembahasan

Secara keseluruhan, penelitian ini menguji model UTAUT terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* dengan penambahan variabel *altruism* dan *religiosity*. Hasil menunjukkan konstruk model UTAUT mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Thilagaraja et al., 2024), (Ghofar et al., 2024), (Kasri & Sosianti, 2023), dan (Kasri & Yuniar, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Jika individu percaya bahwa

penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja atau produktivitasnya, maka individu cenderung menimbulkan sikap positif untuk menggunakan teknologi tersebut (Wibowo, 2023). Individu meyakini bahwa penggunaan QRIS akan meningkatkan kinerjanya, baik dari segi efisiensi dan efektivitas untuk melakukan *infaq*. Hasil penelitian ini sejalan dengan (E. M. E. Abdullah et al., 2024; Negm, 2024; Rahman et al., 2024) yang menyatakan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi niat berperilaku untuk menggunakan teknologi.

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh *effort expectancy* yang tidak mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Pada generasi Z yang tumbuh bersama teknologi, mereka telah terbiasa dengan berbagai platform digital, sehingga mereka tidak lagi mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital, seperti QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Kasri & Sosianti, 2023; Nursafitri & Chaidir, 2024; Permatasari & Sari, 2024).

Lebih lanjut, *social influence* mampu menjadi faktor yang mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. *Social influence* mengacu pada sejauh mana perilaku individu dipengaruhi pandangan dan perilaku orang-orang di sekitarnya. Generasi Z cenderung memperhatikan dan mengikuti perilaku dari lingkungan sosial mereka. Sejalan dengan hasil tersebut, (Danila et al., 2025) menemukan bahwa *social influence* mampu mempengaruhi niat melakukan *zakat online*. Lebih lanjut, hasil penelitian (Harrison & Arifin, 2024) dan (Alkhowaiter, 2022) juga menjelaskan bahwa *social influence* dapat mempengaruhi niat penggunaan teknologi.

Hasil statistik menunjukkan bahwa *facilitating condition* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. *Facilitating condition* mengacu sumber daya eksternal yang dimiliki individu untuk mendukung pengadopsian teknologi. Saat ini, sumber daya seperti koneksi internet, telepon genggam, dan layanan pelanggan sudah berkembang dengan mapan, sehingga mendukung niat individu dalam menggunakan teknologi. Hal tersebut juga didukung oleh generasi Z yang memiliki pemahaman dasar dalam penggunaan teknologi. Oleh karena itu, dengan ketersediaan sumber daya yang baik, maka akan mempengaruhi niat berperilaku untuk adopsi teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *facilitating condition* mempengaruhi terhadap niat menggunakan *biometric m-payment* (Liébana-Cabanillas et al., 2024) dan *digital payment* (Ponsree & Naruetharadhol, 2025).

Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *altruism* mempengaruhi niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. *Altruism* menunjukkan sikap individu yang lebih mementingkan kesejahteraan orang lain tanpa mengharap imbalan. Sikap ini membuat seseorang lebih termotivasi untuk saling membantu sesama, termasuk melalui *platform digital*. Adanya *platform digital* dijadikan sebagai sarana yang efektif dan efisien untuk menyalurkan bantuan mereka. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *altruism* mampu mempengaruhi loyalitas membayar *zakat* dan *infaq* secara *online* (Asshidiqi, 2024).

Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan pada variabel *religiosity* yang tidak mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Meskipun religiusitas mendorong niat untuk bersedekah, faktor-faktor seperti preferensi terhadap metode tradisional, kepercayaan terhadap platform digital, dan literasi teknologi memainkan peran krusial dalam keputusan untuk bersedekah secara *online*. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Aji et al., 2021) dan (Widiastuti et al., 2024) yang menyatakan bahwa *religiosity* tidak mempengaruhi niat melakukan *online infaq* dan *online cash waqf*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menguji pengaruh variabel dalam model UTAUT terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq* dengan penambahan variabel *altruism* dan *religiosity*. Hasil menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *altruism* berpengaruh terhadap niat penggunaan QRIS dalam menyalurkan *infaq*. Hal ini sejalan dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang menjelaskan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi niat berperilaku, yaitu *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*. Berbeda dengan *effort expectancy* yang tidak mampu mempengaruhi niat berperilaku dalam menggunakan teknologi. Hal tersebut dapat terjadi karena generasi Z yang lahir dalam dunia digitalisasi, sehingga tidak mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi. Lebih lanjut, faktor *religiosity* juga tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan QRIS dalam melakukan *infaq*. Implikasi dari penelitian ini, yaitu lembaga pengelola *infaq*, termasuk masjid dapat membuat QR Code untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan *infaq*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., & Sapiei, N. S. (2018). Do religiosity, gender and educational background influence zakat compliance? The case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 45(8), 1250–1264.
- Abimanyu, A. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Qris Oleh Masyarakat dalam Berinfaq, Zakat dan Shadaqah di BAZNAS Kota Banjarmasin*.
- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6), 786–807.
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Idris, I., & Dastgir, S. (2022). Islamic bank trust: the roles of religiosity, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(2), 368–384.
- Afifudin, A., Sholehuddin, S., Hermawan, A., & Handayati, P. (2023). Quick Response Code Indonesia Standard in increasing the effectiveness of collecting Zakat, Infaq and Shadaqah Funds. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(3), 612–618.

- Ahsan, A. F. M. M., Bose, S., & Ali, M. J. (2024). Does Islamic religiosity influence professional accountants' judgments? Evidence from global convergence of IFRS. *Advances in Accounting*, 64, 100723.
- Aidin, A. I. T., & Yunus, A. R. (2023). *Penerapan Qris Pada Masjid Sebagai Metode Sedekah Yang Efektif*.
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Process*.
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Mua'awanah, C., & Hamidah, R. A. (2022). Generation Z perceptions in paying Zakat, Infaq, and Sadaqah using Fintech: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 320–330.
- Alkhowaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention of m-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Arianita, A., & Anggarawati, S. (2023). Analysis Factor Affecting The Use Of Digital Payment With The Extended Utaut Model. *The Manager Review*, 5(1), 91–108.
- Asshidiqi, M. F. (2024). *Pengaruh Altruisme , Kemudahan, Customer Relationship Management (Crm), Citra Lembaga, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Membayar Zakat Infaq Sedekah Secara Online Di Laznas Izi Dki Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Barro, R. J., & McCleary, R. M. (2003). Religion and economic growth across countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760–781.
- Beik, I. S., Arsyianti, L. D., & Permatasari, N. (2023). Analysis on the determinant of millennials' zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach. *Journal of Islamic Marketing*.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016*, 42.
- Bouteraa, M. (2024). Mixed-methods approach to investigating the diffusion of FinTech services: enriching the applicability of TOE and UTAUT models. *Journal of Islamic Marketing*.
- Brown, D. (2020). Can cash carry coronavirus. *World Health Organization Says Use Digital Payments When Possible*.

- Danila, R., Saat, R. M., & Bahador, K. M. K. (2025). *Trust and Religiosity: Integrating Technological Acceptance Factors into the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model for Zakat Online Payment Systems*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Beliefs, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghofar, A., Fawwaz, M., Prestianawati, S. A., Mubarak, M. F., Manzilati, A., & Imamia, T. L. (2024). Young muslim generation's preferences for using digital platforms for Zakat payments: A cross-country study of Indonesia and Malaysia. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 3249.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (8. Baski). Eight Edition, Cengage: Learning EMEA*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long Range Planning*, 46(1–2), 1–12.
- Harrison, D., & Arifin, A. Z. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan fintech pada Generasi Y dan Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 842–852.
- Hefni, W. (2021). E-Filantropi Pembiayaan Pendidikan: Gerakan Altruisme dalam Pemberdayaan Masyarakat Perbatasan di Tengah Pandemi Covid-19: E-Philanthropy in Education Financing: Altruism Movement in Empowering Border Communities amidst the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Bimas Islam*, 14(2), 247–272.
- Herianingrum, S., Supriani, I., Sukmana, R., Effendie, E., Widiastuti, T., Fauzi, Q., & Shofawati, A. (2024). Zakat as an instrument of poverty reduction in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 15(4), 643–660.
- Im, I., Hong, S., & Kang, M. S. (2011). An international comparison of technology adoption: Testing the UTAUT model. *Information & Management*, 48(1), 1–8.
- Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B., & De Li, S. (2001). Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 38(1), 22–44.
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679.

- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the intention to pay zakat online: The case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379.
- Kelly, S., Kaye, S.-A., & Oviedo-Trespalacios, O. (2023). What factors contribute to the acceptance of artificial intelligence? A systematic review. *Telematics and Informatics*, 77, 101925.
- Lehrer, E. L. (2004). Religion as a determinant of economic and demographic behavior in the United States. *Population and Development Review*, 30(4), 707–726.
- Liébana-Cabanillas, F., Kalinic, Z., Muñoz-Leiva, F., & Higuera-Castillo, E. (2024). Biometric m-payment systems: A multi-analytical approach to determining use intention. *Information & Management*, 61(2), 103907.
- Lin, R.-R., Zheng, Y., & Lee, J.-C. (2023). Artificial intelligence-based pre-implementation interventions in users' continuance intention to use mobile banking. *International Journal of Mobile Communications*, 21(4), 518–540.
- Muflih, M., Zen, M., Purbayati, R., Kristianingsih, K., Karnawati, H., Iswanto, B., & Juniwati, E. H. (2024). Customer loyalty to Islamic mobile banking: evaluating the roles of justice theory, religiosity, satisfaction and trust. *International Journal of Bank Marketing*.
- Nursafitri, A., & Chaidir, T. (2024). Determinants of E-wallet DANA Usage in Generation Z: Proving the UTAUT-2 Model. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(04), 6055–6067.
- Oktavendi, T. W., & Mu'ammal, I. (2022). Acceptance model for predicting adoption of Zakat, Infaq, and Sadaqoh (ZIS) digital payments in Generation Z. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 684–700.
- Permatasari, R. P., & Sari, S. P. (2024). Penerapan Model Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology Untuk Mengetahui Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan QRIS. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerasi Akuntansi*, 17(2), 495–507.
- Ponsree, K., & Naruetharadhol, P. (2025). Unveiling the determinants of alternative payment adoption: exploring the factors shaping generation Z's intentions in Thailand. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1), 45.
- Ranganathan, S. K., & Henley, W. H. (2008). Determinants of charitable donation intentions: a structural equation model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(1), 1–11.

- Rusadi, P. O., Fadillah, A. Z., & Karsinih, A. (2022). DIGITALIZATION OF ZAKAT, INFAQ, AND SHADAQAH (ZIS) THROUGH THE USE OF QRIS (CASE STUDY: GENERATION Z). *Airlangga International Journal of Islamic Economics & Finance*, 5(2).
- Salem, M. Z., & Rassouli, A. (2024). Analyzing the impact of trust in financial institutions on Palestinian consumer attitudes towards AI-powered online banking: understanding key influencing factors. *Competitiveness Review: An International Business Journal, ahead-of-print*.
- Saxena, C., Kumar, P., Sarvaiya, R., & Khatri, B. (2023). Attitude, behavioral intention and adoption of AI driven chatbots in the banking sector. *2023 IEEE IAS Global Conference on Emerging Technologies (GlobConET)*, 1–8.
- Shachak, A., Kuziemy, C., & Petersen, C. (2019). Beyond TAM and UTAUT: Future directions for HIT implementation research. *Journal of Biomedical Informatics*, 100, 103315.
- Sharma, N. (2024). The Role Of Altruism In Promoting Psychological Well-Being Among Healthcare Workers: A Review Of The Literature. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 9048–9059.
- Signes, Á. P., Miret-Pastor, L., Tsiouni, M., Siggia, D., & Galati, A. (2023). Determinants of consumers' response to eco-labelled seafoods: The interaction between altruism, awareness and information demand. *Journal of Cleaner Production*, 433, 139758.
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T. A. T., & Sundari, R. (2020). Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418.
- Teah, M., Lwin, M., & Cheah, I. (2014). Moderating role of religious beliefs on attitudes towards charities and motivation to donate. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(5), 738–760.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425–478.
- Wibowo, R. I. (2023). Analisis Model UTAUT (Unified Theory of and Use of Technology Syaria) Pada Pengguna QRIS di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2935–2941.
- Widiastuti, T., Mawardi, I., Samer Ali, A.-S., Atiya, N., Rani, L. N., Robani, A. B., & Al Mustofa, M. U. (2024). Determinant factors for online cash waqf intention among Muslim millennial generation. *Journal of Islamic Marketing*.
- Wiryawan, D., Setiawan, H. G., Khoirul, A. M., Ambarwatu, S. D. A., & Gui, A. (2023). Analysis of Factors Influencing the Intention of Using Digital Banking Through Social Media. *2023 10th International Conference on Information Technology, Computer, and Electrical Engineering (ICITACEE)*, 137–142.