

BAB II

LANDASAN TEORI

A. QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*)

1. Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), atau biasa disingkat QRIS (diucapkan KRIS), menggunakan kode QR untuk memproses berbagai jenis QR. *Quick Response Code* (QR) yang disediakan oleh Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang berbeda. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bekerja sama dengan Bank Indonesia untuk membuat proses transaksi lebih mudah, cepat dan aman menggunakan kode QR. Seluruh penyedia jasa sistem pembayaran yang menggunakan pembayaran kode QR wajib menerapkan QRIS.¹

Standar penggunaan QRIS atau dikenal dengan QR kode Indonesia resmi diterbitkan oleh Bank Indonesia. Sesuai ketentuan Peraturan Anggota Dewan (PADG), seluruh penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP) berbasis QR wajib menggunakan QRIS dalam rangka penerapan standar pembayaran internasional QRIS No.18/01/2019. Bank Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk mengembangkan QRIS sebagai

¹ <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>, diakses pada 03 April 2024, pukul 11:03.

salah satu standar pembayaran kode QR untuk sistem pembayaran di Indonesia.²

Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya QRIS adalah gabungan dari semua barkot atau code untuk transaksi pembayaran, jadi dengan adanya QRIS ini bisa mengurangi biaya admin yang dikenakan ketika melakukan transaksi pembayaran yang berbeda, melalui QRIS semua transaksi pembayaran bisa dilakukan dari *m-banking* atau dompet digital manapun tanpa dipungut biaya tambahan apapun.

2. Sejarah QRIS

Bank Indonesia ikut merayakan hari kemerdekaan Indonesia yang ke-74 dengan memperkenalkan standar kode *Quick Response* (QR), QR Code, untuk pembayaran melalui aplikasi *e-money* berbasis server, *e-wallet*, atau *mobile banking* yang disebut QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Penerapan QRIS secara nasional akan berlaku mulai 1 Januari 2020 untuk memberikan masa transisi persiapan kepada Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang dicanangkan pada Mei 2019. Pada awalnya Bapak Perry Warjiyo, Gubernur Bank Indonesia,

² Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, QRIS (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 54.

mengatakan bahwa QRIS mewarisi semangat UNGGUL³ (Universal, Gampang, Untung, dan Langsung) yaitu :

- a) *Universal* : QRIS merupakan sistem pembayaran elektronik yang bersifat komprehensif dan dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat, baik dalam negeri maupun Internasional.
- b) *Gampang* : Berdagang dengan mudah dan aman hanya dengan menggunakan *smart phone*. Kemajuan teknologi digital didukung dengan *smart phone*, memberikan kemudahan masyarakat untuk dapat mengakses beragam aplikasi pembayaran dan melakukan transaksi pembayaran elektronik dengan mudah, cepat, dan aman.
- c) *Untung* : QRIS memberikan manfaat bagi pembeli dan penjual dengan memungkinkan pemrosesan transaksi yang lebih efisien melalui kode QR yang dapat digunakan untuk semua aplikasi pembayaran di ponsel.
- d) *Langsung* : QRIS berisi informasi yang cukup lengkap sehingga pembeli dapat memproses transaksi segera setelah pembayaran melalui aplikasi pembayaran seluler, hal ini bertujuan untuk memperlancar transaksi dan mempercepat inklusi keuangan, yang pada akhirnya akan mempercepat pertumbuhan ekonomi di Indonesia.⁴

³https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx, diakses pada 03 April 2024, pukul 11:20

⁴ Ana Srikaningsih, QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0, (Yogyakarta: Andi, 2020), 5.

QRIS (*Quick Response Indonesian Standart*) mempunyai arti pertama bersifat *universal*, artinya penggunaan QRIS bersifat inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat dan dapat digunakan untuk transaksi pembayaran dalam negeri dan luar negeri. Kedua, masyarakat dapat melakukan transaksi dengan mudah dan aman hanya dalam genggamannya. Ketiga, pembeli dan penjual mendapatkan keuntungan bertransaksi dengan QRIS, karena transaksi dilakukan secara efisien melalui satu kode QR yang dapat digunakan dengan semua aplikasi pembayaran di ponsel. Keempat, transaksi langsung dengan QRIS bersifat instan karena prosesnya cepat sehingga mendukung kelancaran sistem pembayaran.⁵

QRIS dibuat oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dengan menggunakan standar internasional EMV Co, hal ini mendukung interkoneksi instrumen sistem pembayaran yang lebih luas dan mempertimbangkan kebutuhan spesifik suatu negara untuk mendorong interoperabilitas antar penyedia, instrumen, dan termasuk antar negara. Tahap awal QRIS, akan fokus pada penerapan model *Merchant Presentation Mode* (MPM) pembayaran kode QR. Model ini, penjual (*merchant*) menampilkan kode QR pembayaran yang dipindai oleh pembeli (*customer*) saat melakukan transaksi pembayaran. Sebelum spesifikasi teknis standar kode QR dan konektivitasnya siap diimplementasikan, dilakukan pengujian tahap

⁵ <https://www.bi.go.id>, diakses pada 03 April 2024, pukul 11:20.

pertama pada bulan September hingga November 2018 dan tahap kedua (tahap percontohan) pada bulan April hingga Mei 2019.⁶

3. Tujuan QRIS

QRIS diperkenalkan sebagai standarisasi pembayaran *non-tunai* berbasis kode QR untuk menyatukan pembayaran *non-tunai* berbasis kode QR di Indonesia. Penggunaan QRIS, membuat penjual tidak perlu lagi memberikan banyak kode QR untuk melayani pembelinya. Peralnya, kode QR berlogo QRIS dapat digunakan untuk membaca seluruh aplikasi pembayaran *non-tunai* seperti *e-money* berbasis server, *e-wallet*, dan *mobile banking*. Pembayaran tanpa uang tunai menjadi mudah menggunakan QRIS. 1 Januari 2020, seluruh penyedia layanan sistem pembayaran wajib menggunakan sistem QRIS untuk pembayaran *non-tunai* berbasis kode QR.⁷

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standart*) memiliki tujuan, yaitu untuk memfasilitasi pembayaran digital bagi masyarakat dan memungkinkan pengawasan satu pintu. QRIS diciptakan dengan tujuan untuk menciptakan satu sistem untuk semua model pembayaran yang dapat digunakan di seluruh lapisan masyarakat. QRIS dapat digunakan oleh seluruh *merchant* yang bekerja sama dengan PJSP (penyedia jasa sistem pembayaran) seperti OVO, *Link Aja*, *Go-pay*,

⁶https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx, diakses pada 03 April 2024, pukul 11:20.

⁷ Nasution, Rina Anasti *Analisis Persepsi Pedagang Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Umkm di Kota Medan*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan,

DANA, Bukalapak, dan lain-lain.⁸ QRIS dapat digunakan oleh *merchant* yang mempunyai hubungan dengan penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) karena sistem kode QR ini beroperasi dalam *Merchant Presentation Mode* (MPM). Pengguna cukup memindai kode QR pada perangkat QRIS di *merchant* yang mendukung transaksi QR.

Penggunaan kode QR terintegrasi, memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi terlepas dari aplikasi pembayaran QR yang mereka gunakan. Batasan transaksi yang diperbolehkan berdasarkan pedoman penerapan QRIS adalah Rp 2.000.000 per transaksi. Namun, penerbit (PJSP) dapat menetapkan batasan jumlah nosional kumulatif harian dan/atau bulanan atas transaksi QRIS yang dilakukan oleh masing-masing pengguna QRIS. Praktik manajemen risiko diperhitungkan dalam menentukan nilai nominal kumulatif. Penerapan QRIS merupakan salah satu tujuan visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. QRIS bertujuan untuk membuat pembayaran lebih efisien atau sederhana di Indonesia, meningkatkan inklusi keuangan, dan memungkinkan transaksi yang lebih luas serta dapat dilakukan dengan lebih mudah.⁹

4. Kelebihan dan Kekurangan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standart*)

⁸ Ana Srikaningsih, *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*, 5.

⁹ Bank Indonesia, “*Setelah Bunga Acuan Turun, Masih Ribet dengan Banyak QR Code?*,” dalam *majalah Bank Indonesia Bicara* (2019), 3.

a. Kelebihan QRIS yang berdampak positif, diantaranya : ¹⁰

1) Pembayaran *non-tunai*

Uang elektronik, menjadi solusi yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan penggunaan pembayaran *non-tunai* di masyarakat. Peningkatan penggunaan uang elektronik merupakan salah satu cara untuk mendukung gerakan *non-tunai* yang digagas pemerintah Indonesia. Tujuan dari penerapan *cashless* adalah untuk mengurangi penggunaan uang tunai dalam transaksi sehari-hari dan menggantinya dengan pembayaran elektronik yang lebih aman dan efisien.

2) Mengantisipasi tindakan kriminal

Penggunaan uang elektronik, dapat meminimalkan risiko terjadinya tindakan kriminal seperti pencurian dan perampokan, membawa uang tunai berlebih meningkatkan peluang menjadi sasaran penjahat maka penggunaan uang elektronik dinilai lebih aman dan juga dapat mengurangi risiko penipuan *online*.

3) Persaingan bisnis yang semakin meningkat

Penggunaan uang elektronik telah menjadi tren global dan popularitasnya semakin meningkat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Banyaknya orang yang menggunakan uang elektronik, dunia usaha di Indonesia pun mengikuti tren

¹⁰ Ana Sriekaningsih, *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*, (Yogyakarta: Andi, 2020), 5.

ini dengan menyediakan berbagai metode pembayaran elektronik kepada pelanggannya.

4) Semua kalangan dapat menggunakan QRIS

Transaksi yang sederhana dan cepat sangat penting bagi masyarakat. Semakin meluasnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat semakin terbuka untuk mencoba hal-hal baru dan mengikuti perkembangan zaman. QRIS sendiri telah diadopsi oleh banyak pelaku ekonomi dan dunia usaha di Indonesia sebagai alternatif metode pembayaran *non-tunai* yang nyaman, cepat, dan aman.

QRIS memiliki banyak kelebihan, namun masih terdapat beberapa kelemahan dalam penggunaannya di Indonesia. Kelemahan tersebut adalah terbatasnya akses terhadap Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di beberapa daerah, terutama di daerah tertinggal. Indonesia masih banyak memiliki jaringan internet yang tidak stabil di beberapa daerah. Generasi milenial merupakan satu-satunya generasi yang rutin menggunakan ponsel, tidak semua orang memanfaatkan teknologi ini secara setara, rata-rata orang lanjut usia serta masyarakat berpenghasilan rendah pada tidak sepenuhnya memahami cara menggunakan teknologi yang terus berkembang seperti saat ini.¹¹

¹¹ Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, QRIS(Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 37.

B. ZISWAF (Zakat, Infaq , Shadaqah, Wakaf)

1. Pengertian Ziswaf

Pengertian kata zakat (زكاة) berasal dari kata kerja يزكى -زكى yang bersifat fiil (intransitif) yang berarti suci, bertumbuh, berkah, terpuji. Zakat adalah sejumlah kekayaan yang diwajibkan Allah untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang pengelolaan zakat, zakat ialah harta benda yang disisihkan oleh umat Islam untuk diberikan kepada orang yang berhak menurut aturan agama.

Sedekah (صدقة) berasal dari kata يصدق -صدق yang berarti kebenaran, dalam hal ini keimanan seseorang adalah kebenaran. Ruang lingkup kata ini juga mencakup hal-hal yang tidak berwujud seperti pengucapan kalimat thayyibah, senyuman dan aktivitas amar mahfu nahi munkar. Sedekah memiliki cakupan arti yang lebih luas dibandingkan dengan zakat. Infaq dari kata انفك - ينفك) artinya miskin, tidak mempunyai harta benda, tidak mengeluarkan uang. Kata ini mengacu pada kekayaan (materi).¹² Kekayaan lebih tepat dihubungkan dengan kata infaq dibandingkan dengan kata sedekah.

Sedekah juga memiliki cakupan arti lebih luas dibandingkan infaq. Infaq cenderung disamakan dengan kata zakat. Zakat itu wajib, tapi infaq itu sunnah. Menurut Didin Hafiduddin, keduanya mempunyai

¹² Agung Anggoro Seto, dkk, *Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Penerbit : PT. SONPEDIA Publishing Indonesia,2023),49.

pengertian yang sama, termasuk hukum dan ketentuannya.¹³ Ziswaf adalah aspek penting dalam keuangan Islam. Praktik-praktik ini dianggap sebagai rukun Islam ketiga setelah syahadat dan sholat. Ziswaf memainkan peran penting dalam perekonomian, khususnya dalam mengurangi ketimpangan dan juga kemiskinan.

Program pemerintah untuk penanggulangan kemiskinan dan keterpurukan ekonomi salah satunya dengan adanya pemberdayaan Ziswaf, hal ini tidak lain digunkna sebagai pemberdayaan ekonomi umat, sebagaimana yang kita ketahui terbentuknya modal dari solusi tersebut tidak semata-mata karena pemanfaatan dari sumberdaya yang telah ada, tetapi dapat diistilahkan sebagai sumbangan yang harus dikeluarkan oleh orang yang memiliki kebutuhan yang lebih.¹⁴

2. Manfaat Ziswaf

Manfaat Ziswaf, dalam kehidupan bermasyarakat ziswaf bermanfaat sangat besar. Manfaat pertama, ziswaf dapat membantu masyarakat miskin memenuhi kebutuhan dasarnya seperti, pangan, sandang, dan papan, dengan cara ini ziswaf juga berkontribusi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan dinilai dapat mengurangi kemiskinan. Kedua, ziswaf dapat berkontribusi dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dengan memberikan bantuan seperti obat-obatan dan peralatan kesehatan, dengan cara ini Ziswaf juga

¹³ Muhammad Zumar Aminudin dan Lila Pangestu Hadiningrum, *Pengelolaan ZIS Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Dan Penanggulangan Kemiskinan (Studi Deskriptif dan Preskriptif di BAZNAS Kabupaten/Kota di Eks-Karesidenan Surakarta)*, ZISWAF; Jurnal Zakat dan Wakaf (2019, Vol. 6 No. 1),8.

¹⁴ Agung Anggoro Seto, dkk, *Ekonomi Syariah di Indonesia*, 49.

membantu mengurangi angka kematian dan mencegah penyebaran penyakit. Ketiga, Ziswaf juga dapat berkontribusi dalam peningkatan kualitas pendidikan, misalnya dengan membangun sekolah dan menyediakan buku pelajaran, dengan cara ini ziswaf dapat meningkatkan taraf pendidikan masyarakat dan berkontribusi dalam membangun masyarakat yang cerdas dan terpelajar.¹⁵

C. Donasi

1. Pengertian Donasi

Donasi adalah sumbangan, wakaf, amal (bahasa Inggris: *donation*, dari bahasa Latin: *donum*) adalah suatu pemberian, umumnya bersifat fisik, oleh perseorangan atau badan hukum. Sumbangan ini bersifat sukarela tanpa adanya imbalan yang bersifat keuntungan. Sumbangan bisa dalam bentuk makanan, pakaian, barang, mainan, kendaraan, namun tidak selalu harus berupa seperti itu. Jika terjadi bencana dan situasi khusus lainnya, donasi dapat berupa bantuan kemanusiaan atau dalam bentuk pembangunan. Sumbangan yang dapat diberikan tidak hanya berupa jasa dan barang, namun juga dapat berupa shodaqoh, infaq, zakat, fidyah, nadzar, wakaf, maupun dalam bentuk dana sukarela.¹⁶

Kegiatan donasi, secara tidak langsung telah menerapkan ajaran dakwah untuk kesediaan bersedekah dalam masyarakat meskipun dengan recehan, ini juga sebagai latihan kepada masyarakat untuk

¹⁵ Neneng Nurhasanah, dkk, *Manajemen ZISWAF* (Penerbit : AMZAH,2024),76.

¹⁶Yuliyanti, *Sistem Informasi Pengelolaan Anak Asuh Dan Donasi Di Panti Asuhan Muhammadiyah Sumur Bandung Berbasis Web*, (Universitas Komputer Indonesia, 2018),18.

membiasakan berbagi kepada sesama, terutama kepada masyarakat yang kurang mampu.

2. Jenis-Jenis Donasi

- a) Donasi bantuan bencana, adalah donasi kepada korban bencana nasional atau daerah. Pengiriman akan dilakukan secara langsung melalui otoritas perlindungan sipil atau secara tidak langsung melalui lembaga dan pihak yang diberi wewenang oleh otoritas dan lembaga yang bertanggung jawab dalam penanggulangan bencana.
- b) Donasi penelitian dan pengembangan, adalah donasi yang diberikan oleh lembaga penelitian dan pengembangan yang dilakukan di wilayah negara republik Indonesia. Kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh informasi, data, dan informasi yang berkaitan dengan pemahaman dan pembuktian keaslian.
- c) Donasi kepada lembaga pendidikan, adalah donasi yang diberikan kepada suatu lembaga pendidikan berupa fasilitas pendidikan atau dana.
- d) Donasi sosial kemasyarakatan sebagai bagian dari pemberantasan kemiskinan, adalah donasi untuk memerangi kemiskinan, memberi dukungan berupa uang atau barang kepada individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat secara selektif dan tidak terus menerus.¹⁷

¹⁷ Mira Antika, “*Faktor-faktor yang berkorelasi dengan keputusan berdonasi melalui lembaga filantropi aksi cepat tanggap*”, (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung, 2022), 33.

3. Strategi Peningkatan Donasi

Donasi tentu tidak terjadi begitu saja, namun dimulai dari aspek psikologis seperti niat. Niat merupakan pandangan subjektif individu terhadap kemungkinan melakukan suatu tindakan, dan siapapun yang mendonasikan sesuatu pada dasarnya diawali dengan niat untuk berdonasi. Niat secara bahasa berarti *al-qashdu* (keinginan atau tujuan), sedangkan istilah makna mengacu pada keinginan untuk melakukan sesuatu yang ada dalam hati seseorang. Meningkatkan donasi perlu adanya strategi yang dilakukan, menurut Kotler teori yang mengungkapkan strategi promosi adalah logika pemasaran, dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungan dengan konsumen, dan membentuk mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran.

Perilaku donatur dan calon donatur perlu kita pahami, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat, dan perilaku mereka ketika membayar zakat, infak, dan sedekah. Faktor periklanan juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi merupakan salah satu faktor sosial yang menjadi faktor kelompok acuan, kelompok acuan dalam perilaku pembelian konsumen dapat diartikan sebagai kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Kelompok ini biasanya disebut kelompok anggota, ini adalah kelompok yang dapat mempengaruhi seseorang secara langsung. Promosi adalah informasi

yang tidak diminta yang bertujuan untuk mendorong seseorang atau organisasi mengambil tindakan yang memungkinkan terjadinya pertukaran pemasaran.¹⁸

Promosi berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan seseorang, kelompok, atau organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi satu atau lebih penerima informasi untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.¹⁹ Sebelum melakukan promosi, yang dilakuk adalah membuat strategi pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan harus memastikan bahwa strategi yang diterapkan akan berhasil. Hatten memberikan langkah-langkah berikut untuk membuat strategi:

- a) Memusatkan dan mengintegrasikan sumber daya.
- b) Membuat banyak salinan tergantung pada ruang lingkup kegiatan.
- c) Sesuai dengan kondisi lingkungannya, mengikuti peluang yang ada dalam masyarakat
- d) Sumber daya sangat penting. Strategi harus menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan.
- e) Fokus pada kelebihan dengan mempertimbangkan risiko yang tidak terlalu besar. Strategi harus dapat dikendalikan.
- f) Strategi dapat berhasil dilaksanakan dengan dukungan pihak-pihak yang bersangkutan.

¹⁸ Hafid Ismail, *Perilaku Donasi dan Potensi Filantropi Warga Nahdlatul Ulama Survei Lazisnu di 15 Kota dan Kabupaten di Indonesia*, (Jurnal Middle East and Islamic Studies, Volume 6 No. 1),5.

¹⁹ Hafid Ismail, *Perilaku Donasi dan Potensi Filantropi Warga Nahdlatul Ulama Survei Lazisnu di 15 Kota dan Kabupaten di Indonesia*, 5.