

**MARKETING PERSPECTIVE IN FINANCIAL
DIGITALIZATION: UI/UX (USER INTERFACE/USER
EXPERIENCES) ANALYSIS OF QRIS (QUICK RESPONSE
CODE INDONESIAN STANDARD) FACILITIES AND IT'S
CHALLENGE IN ANDROID MOBILE BANKING
APPLICATIONS**

By Edy Widarto

Abstract

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) is technological innovation for non-cash payment system using QR-code from Bank Indonesia, offering convenience, practicality and speed in various activities. In 2025, BI's target is 65 million QRIS users. However, its implementation shows that the number of users in the banking sector is still minimal. This research is intended to find out how the UI/UX (User Interface/User Experiences) analysis of the QRIS service facility and its challenges to the Android-based Mobile Banking Application from a marketing perspective. The research approach used is descriptive qualitative, with primary data sources of 10 informants from regulator, banking, and users. Data processing analysis uses Miles/Huberman's Flowchat, with triangulation techniques for its validation. The research results obtained findings: UI/UX Design Reference takes into account the needs and behavior of consumers, so that the QRIS in Applications is generally said to be easy and user friendly. The majority of QRIS Users are satisfied, and QRIS is reliable and safe. UI/UX QRIS can be used as an effective marketing tool/media, and still dynamically adjusting various features/services. The challenges depend on the readiness/availability of supporting facilities and infrastructure, and still require sufficient Socialization, Education and Literacy related to QRIS in the community.

Keywords : *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), UI/UX (User Interface/User Experiences), QRcode, Mobile Banking, Android.*

PERSPEKTIF PEMASARAN DALAM DIGITALISASI KEUANGAN: ANALISA UI/UX (*USER INTERFACE/USER EXPERIENCES*) FASILITAS QRIS (*QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD*) DAN TANTANGANNYA PADA APLIKASI MOBILE BANKING BERBASIS ANDROID

Oleh Edy Widarto

Abstrak

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) merupakan bentuk inovasi teknologi sistem pembayaran non tunai menggunakan QRcode dari Bank Indonesia, menawarkan kemudahan, kepraktisan dan kecepatan dalam berbagai aktivitas. Tahun 2025 ditargetkan sebanyak 65 juta pengguna QRIS. Namun implementasinya menunjukkan bahwa jumlah pengguna QRIS di sektor perbankan yang masih minim. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana analisa UI/UX (*User Interface/User Experiences*) dari Fasilitas layanan QRIS dan tantangannya pada Aplikasi Mobile Banking yang berbasis Android ditinjau dari perspektif pemasaran. Pendekatan penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif, dengan sumber data primer sebanyak 10 informan dari regulator, Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran sektor Perbankan, dan pengguna Aplikasi Mobile Banking. Pengolahan data menggunakan Flowchat analysis Miles dan Huberman, verifikasi dan validasi data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian diperoleh temuan: Acuan Desain UI/UX mempertimbangkan kebutuhan dan perilaku konsumen, sehingga Fasilitas QRIS pada Aplikasi secara umum dikatakan mudah (*user friendly*) dalam pengoperasiannya. Mayoritas Pengguna Fasilitas QRIS merasa puas, dan sebagai alternative pembayaran non tunai QRIS termasuk handal dan aman. UI/UX QRIS dapat dijadikan alternatif sarana/media pemasaran yang efektif, masih dinamis menyesuaikan berbagai fitur/layanan yang masih berkembang. Adapun Tantangannya bergantung kepada kesiapan/ketersediaan dari sarana dan infrastruktur penunjang, dan masih membutuhkan Sosialisasi, Edukasi dan Literasi terkait QRIS yang cukup di masyarakat.

Kata Kunci: QRIS(*Quick Response Code Indonesian Standard*), UI/UX(*User Interface/User Experiences*), QRcode, Mobile Banking, Android.