BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Payment Gateway*

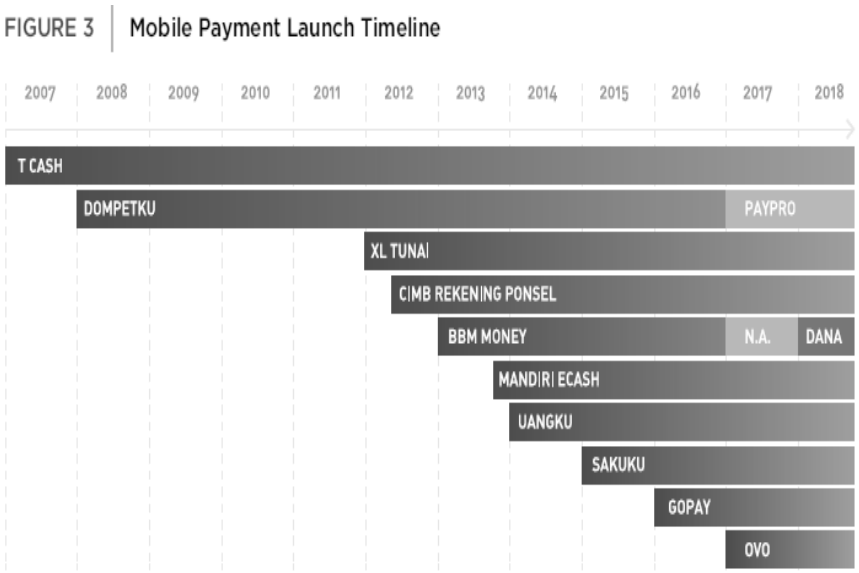
1. Definisi

Metode pembayaran dalam sektor ekonomi yang telah lama dikenal dan dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari dengan cara tunai (*cash based*), perlahan mulai tersisihkan dengan adanya internalisasi teknologi dalam sistem keuangan saat ini. Internalisasi teknologi dalam sistem keuangan di klaim mampu menjadi solusi bagi sebagian masyarakat dengan sejumlah kelebihan yang ada pada teknologi tersebut. Meskipun begitu, tetap terdapat kekurangan yang ada pada sitem pembayaran tersebut. Istilah penggunaan perangkat elektronik untuk digunakan sebagai cara melakukan pembayaran tersebut adalah *payment gateway*. *Payment Gateway* merupakan metode pembayaran untuk melakukan pembayaran terhadap transaksi yang berbasis internet.[1]

[1] Diky Wardhani, Erik Indra Tara, et al. "Payment Gateway Untuk Multi Pembayaran." *Proceedings of the Informatics Conference. Vol. 3. No. 4. 2017.*, diakses tanggal 15 Oktober 2018

2. Sejarah perkembangan

Pada tahun 2007 mobile *payment* di Indonesia mulai berkembang, perkembangan tersebut dimulai oleh Telkomsel yang merilis T-Cash yang kemudian bertransformasi menjadi LinkAja pada 22 Februari 2019 , yang merupakan layanan keuangan elektronik dari perusahaan milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertujuan untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lengkap untuk masyarakat.[2] Diikuti oleh Indosat dan kemudian XL Axiata. Pada tahun 2012 layanan *mobile payment* mulai menjamur dari industry perbankan dan pengembang aplikasi.



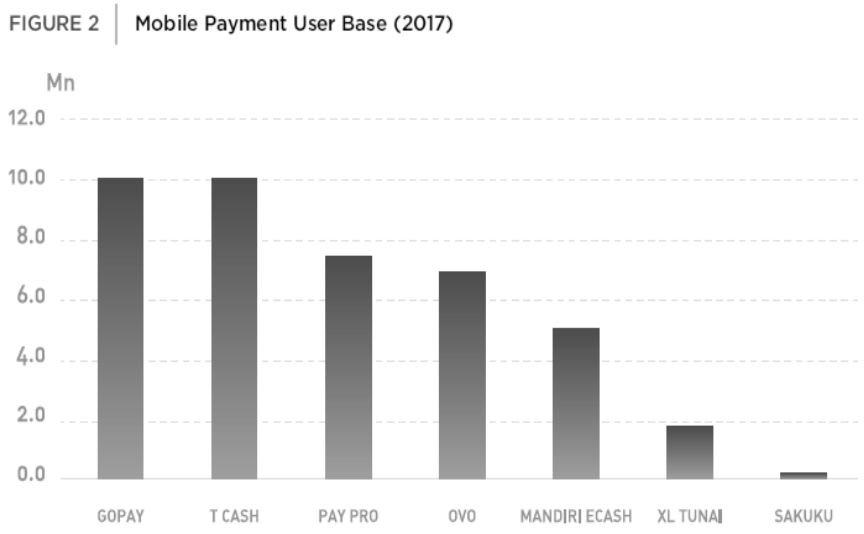
Gambar 1: Tahun peluncuran *mobile payment*[3]

[2] https://www.tcash.id/news/produk-intro-linkaja, diakses tanggal 3 April 2019

[3] https://dailysocial.id/post/perkembangan-mobile-payment-indonesia, diakses tanggal 27 Juli 2019

Tahun 2012 layanan *mobile payment* mulai beragam, industri perbankan dan pengembang aplikasi mulai masuk di dalamnya.

Dari beberapa layanan *payment*, data menunjukkan pengguna tertinggi adalah T-Cash dan Gopay. Kemudian yang mulai mendapat pertumbuhan signifikan adalah OVO. Jika mengamati lebih jauh, beberapa layanan tersebut dapat memiliki banyak pengguna karena cakupan layanan yang lebih luas.[4]



Gambar 2: Grafik penggunaan *mobile payment*

Melalui aplikasi go-jek, konsumen kini bisa melakukan berbagai aktivitas, mulai transportasi hingga memesan makanan. Dengan valuasi yang diperkirakan mencapai $5 miliar, berbagai kegiatan promo dan perluasan terus digencarkan. Terakhir dikabarkan gojek tengah bersiap ekspansi ke pasar regional. Demikian juga dengan tcash yang ingin

[4]Setiobudi, A., & Wiradinata, T. (2018, September). "Intensi UKM dalam Adopsi Financial Technology di Jawa Timur". *In National Conference of Creative Industry.*, diakses tanggal 11 Desember 2018

menjadi platform mandiri yang terlepas dari induknya, yakni Telkomsel.[5]

Sebagaimana transaksi melalui *e-business*, *online-retailer* dan lain-lain. Keunggulan daripada *payment gatway* adalah, dapat melindungi data kartu kredit dengan melakukan enkripsi data nomor kartu kredit, dan memastikan informasi lewat dengan aman antara *customer* dan penjual, serta antara penjual dengan *payment processor*. Sebuah *payment gateway* memfasilitasi transfer informasi antara *payment* portal (seperti sebuah website, ponsel) dan *Front End Processor* atau *acquiring* bank.[6]

Metode *transaksi* dalam perkembangannya diklasifikasi menjadi beberapa jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik ataupun internet. beberapa jenis dari metode pembayaran tersebut adalah : 1) *Electronic payment cards (debit or credit card)*, 2) *E-wallets*, 3) *Smart cards*, 4) *Wireless payments*, 5) *Stored-value card payments*, 6) *Loyalty cards*, 7) *Person-to-person payment methods*, dan 8) *Electronic payment for special kios/agency*.[7]

Dengan adanya *banyak* cara ataupun metode pembayaran yang menggunakan sarana elektronik atau *payment gateway* tersebut memungkinkan masyarakat memilih beragam metode pembayaran

---

[5] https://dailysocial.id/post/perkembangan-mobile-payment-indonesia, diakses 27 Juli 2019

[6] Diky Wardhani, Erik Indra Tara, et al. "Payment Gateway Untuk Multi Pembayaran." *Proceedings of the Informatics Conference. Vol. 3. No. 4. 2017.*, diakses tanggal 15 Oktober 2018

[7] Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). "Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway Pada Financial Technology Dengan Metode Eucs". *Jurnal Informa, 4(3),* 1-5., diakses tanggal 19 Januari 2019

berbasis digital (digital *payment gateway*) yang dikelola oleh sejumlah *start up*.[8] karena fleksibilitas dan juga kemudahan yang ditawarkan oleh *payment gateway*.

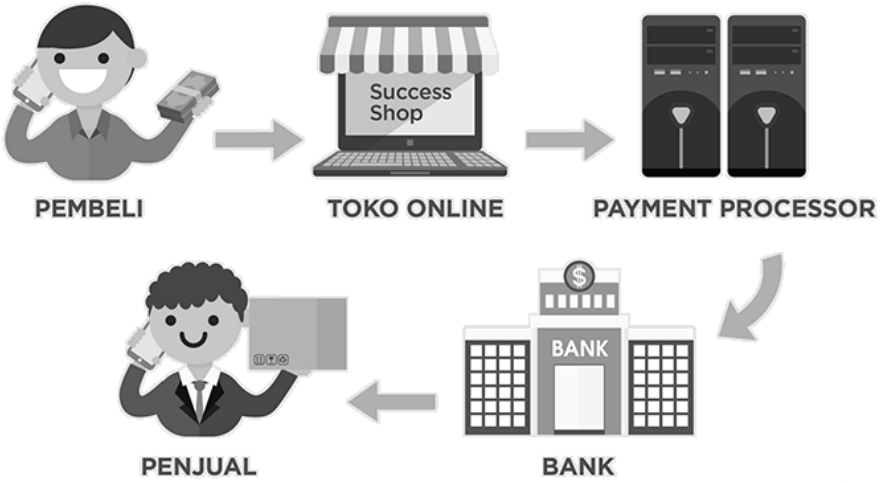
3. Mekanisme Kerja *Payment Gateway*

Secara umum, cara kerja *payment gateway* dapat disimpulkan sebagai berikut: a) *customer* mengunjungi website toko *online*, kemudian *customer* memilih barang yang akan dibeli dan kemudian memutuskan untuk membeli dengan mencantumkan detail barang yang ingin dibeli sekaligus cara pembayarannya, b) detail transaksi tersebut diteruskan kepada *payment gateway* untuk selanjutnya diteruskan ke *payment processor* untuk diteruskan ke akun ID penjual dan mengirimkan pemberitahuan kepada bank penerbit kartu kredit/debit yang digunakan oleh *customer*.

Sampai disini *customer* atau pembeli menginformasikan kepada bank penerbit kartu, bahwa akan terjadi pembelian barang oleh pemegang kartu. c) bank penerbit mengirimkan notifikasi pembelian melalui *payment processor*. kemudian *payment processor* meneruskan notifikasi tersebut kepada *customer* melalui *payment gateway* transaksi pembelian barang oleh *customer* telah disetujui. d) dari sini *customer* dan penjual sudah menerima notifikasi pembelian berhasil, dan tugas penjual adalah mengirimkan barang yang telah di beli *customer*. e) setelah barang diterima *customer*, penjual tinggal menunggu dana

[8] Basuki, Ferry Hendro, and Hartina Husein. "Analisis Swot Financial Technology Pada Dunia Perbankan Di Kota Ambon….13 Oktober 2018

pembelian *customer* masuk pada rekeningnya.[9] Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat dari skema gambar dibawah ini:



Gambar 3: Mekanisme Kerja Payment *Gateway*[10]

B. GOPAY

1. Definisi

Gopay adalah metode pembayaran *mobile payment* yang disediakan oleh perusahaan GO-JEK untuk mempermudah proses transaksi bagi pengguna, driver maupun perusahaan itu sendiri.[11]

2. Profil

Sejarah awal, kemunculan Gopay tidak dapat lepas dari perusahaan keuangan yang lain. Pada akhir tahun 2016, Go-Jek mengakuisisi Ponselpay, sebuah perusahaan milik MVComerce yang telah memiliki

[9] diakses melalui https://blog.xendit.co/id/cara-kerja-payment-gateway-dan-penerapannya-dalam-bisnis-ecommerce-anda/, tanggal 16 Desember 2018

[10] Diakses melalui https://www.dewaweb.com/blog/payment-gateway/, tanggal 20 Juli 2019

[11] Huwaydi, Y., & Persada, S. F. (2018). "Analisis Deskriptif Pengguna Gopay di Surabaya". *Jurnal Teknik ITS*, *7*(1), 55-59., diakses tanggal 21 Desember 2018

lisensi *e-money* (uang elektronik) dari Bank Indonesia. Dengan adanya lisensi tersebut, dapat di gunakan oleh Go-Jek untuk mengembangkan Gopay sebagai *mobile payment* Go-Jek.

Pada 15 Desember tahun 2017, Go-Jek kembali mengumumkan akuisisinya terhadap tiga *fintech* lain, yaitu Kartuku, Midtrans, dan Mapan untuk mendukung ekspansi Gopay diluar ekosistem Go-Jek. Kartuku merupakan sebuah perusahaan penyedia prosesor pihak ketiga atau disebut *Third Party Processor* (TTP) dan merupakan Penyedian Layanan Pembayaran (PLP). Kartuku telah mengoperasikan lebih dari 150 ribu alat pembayaran digerai luring (*offline*) dan telah bekerjasama dengan Sembilan bank *acquirer* ini, akan difokuskan untuk pengembangan penggunaan Gopay secara *luring*.

Perusahaan *fintech* selanjutnya yang diakuisisi oleh Go-Jek adalah Midtrans. Midtrans merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pemrosesan pembayaran secara *daring* (online) yang telah menjalin kerjasama dengan bank-bank di Indonesia, maskapay penerbangan, retail *e-commerce* dan perusahaan-peruahaan *fintech* lainnya. Perusahaan selanjutnya yang diakuisi gojek untuk mengembangkan produk *mobile payment*-nya adalah Mapan. Mapan adalah jaringan layanan keuangan berbasis komunitas yang memungkinkan pengunanya mencicil barang yang memungkinkan pengunannya mencicil barang yang mereka ingin beli dalam catalog barang Arisan Mapan. Mapan yang telah tersedia di 100 kota tersebut difokuskan oleh gojek untuk

mengakselerasi inklusi keuangan bagi masyarakat yang belum tersentuh layanan perbankan (*unbanked*).[12]

C. LINKAJA

1. Definisi

LinkAja merupakan layanan keuangan elektronik dari perusahaan milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT.Telkomsel, yang merupakan bentuk transformasi dari produk pembayaran yang semula bernama Telkomsel Cash (T-Cash) menjadi LinkAja pada 22 Februari 2019, yang bertujuan untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lengkap untuk masyarakat.[13]

2. Profil

Awal kemunculan linkaja pada bulan februari 2019 tidak dapat lepas dari produk pembayaran yang lebih dulu ada dari anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni Telkomsel dengan produknya yaitu T-cash atau disebut Telkomsel cash. T-Cash merupakan suatu layanan pembayaran non tunai yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi pembayaran menggunakan ponsel. Transaksi yang bisa digunakan seperti pembelian barang melalui toko, website, pembayaran tagihan, pengiriman uang yang semuanya dapat

[12] https://id.wikipedia.org/wiki/GO-JEK, diakses tanggal 12 Desember 2018
[13] https://www.tcash.id/news/produk-intro-linkaja, diakses tanggal 3 April 2019

dilakukan kapan saja dan dimana saja hanya dengan menggunakan ponsel pelanggan.[14]

Awal kemunculan T-Cash dimulai pada tahun 2007 oleh Telkomsel sebagai bagian dari bisnis digitalnya, lebih khusus pada *mobile payment*. Namun perkembangan T-Cash saat itu mengalami tantangan karena rendahnya masyarakat dalam menggunakan layanan teknologi finansial.[15]

Seiring berjalannya waktu, pengguna T-Cash terus meningkat. pada tahun 2011, pengguna T-Cash sebanyak 4,5 juta dari 96 juta, kemudian pada Maret 2012 pengguna T-Cash menjadi 8,2 juta pengguna dari 110 juta pelanggan. Tidak berhenti sampai disitu, Peningkatan terjadi lagi pada tahun 2013 mencapai 15 juta. Pada tahun 2014 pengguna Telkomsel Cash kembali meningkat menjadi 17 juta dari 140 juta pelanggan Telkomsel.

Pada tahun 2015 Telkomsel memperbaharui layanan mereka dengan New T-Cash yang memiliki fitur baru, yaitu transaksi menggunakan teknologi NFC (*Near Field Communication*).[16] Kemudian untuk lebih mempermudah pembayaran dalam lingkup perusahaan yang berada dibawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Telkomsel dengan produknya tcash bertransformasi menjadi

---

[14] Tiyani, Rizki Lucia. "*Penggunaan T-Cash Dalam Transaksi Pembayaran Elektronik Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Jurusan Muamalah)"*. Disertasi. UIN Raden Intan Lampung, 2018. h.42, diakses tanggal 2-September-2018

[15] https://www.tcash.id/about/belanja-online, diakses tanggal 12 Desember 2018

[16] Ramdhani, B., Rachmawati, I., & Prabowo, F. (2017). "Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut 2". *eProceedings of Management*, *4*(1)., diakses tanggal 12 Desember 2018

LinkAja pada 22 februari 2019, hal ini dilakukan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran pada perusahaan yang berada dibawah naungan BUMN.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait judul penelitian ini adalah:

Tesis dari saudara Diardo Luckandi, dari Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Program magister teknik informatika yang berjudul "Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech pada UMKM di Indonesia : pendekatan *Adaptive Structuration Theory*",[17] penelitian ini terfokus megenai penggunaan *fintech* secara khusus dalam bentuk penggunaan *e-payment* oleh UMKM di kota Yogyakarta dan sekitarnya dengan kriteria usaha "kecil" dan "menengah" pada sektor usaha kuliner. Kesimpulan dari hasil penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu berupa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *fintech* pada UMKM, dan pola penerapannya. Faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan *fintech* adalah berupa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi, kemudahan, serta bisnis. Hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor pendukung ini secara nyata adalah berupa kemudahan pencatatan, kemudahan proses transaksi, serta peningkatan penjualan. Faktor penghambat pada penggunaan layanan ini adalah implementasi teknologi, biaya, serta kesiapan infrastruktur.

[17] Luckandi, Diardo. "*Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia*". MS thesis. Universitas Islam Indonesia, 2018. Dalam Tesis, diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

Tesis dari saudari Nur Suci Romadliyah, dari Universitas Islam Negeri Surabaya, yang berjudul "Persepsi, Preferensi, Sikap, dan Perilaku Nasabah *Lower Class* tentang *Financial Technology* (Fintech) PT. BTPN Syariah area Surabaya".[18] Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah PT.BTPN mengenai penggunaan *fintech* pada produk PT.BTPN cenderung positif.

Selanjutnya jurnal dari saudara Huwaydi Y Hakim M, S. dan Persada, S, F. yang berjudul "Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya" dari Institus Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).[19] Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna go-pay lebih banyak perempuan, hal ini terjadi karena kebanyakan laki- laki memiliki sendiri kendaraan bermotor. Sedangkan profesi daripada pengguna go-pay sendiri kebanyakan pelajar ataupun mahasiswa.

Jurnal dari saudari Rayna Ocha, Sri Widoewati Herieningsih yang berjudul "Hubungan Terpaan Iklan, Intensitas Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Produk T-Cash",[20] Dari penelitian ini didapat kesimpulan bahwa terdapat korelasi atau hubungan antara terpaan iklan dan keputusan penggunaan produk T-Cash oleh masyarakat dan Informasi yang paling banyak dibicarakan responden adalah potongan

---

[18] Romadliyah, Nur Suci. "*Persepsi, preferensi, sikap dan perilaku nasabah lower class tentang financial technology (fintech) PT. BTPN Syariah area Surabaya"*. Diss. UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

[19] Huwaydi, Yasir, and Satria Fadil Persada. "Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya." *Jurnal Teknik ITS 7.1 (2018):* 55-59., diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

[20] Ocha, Rayna, and Sri Widowati Herieningsih. "Hubungan Terpaan Iklan, Intensitas Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Produk T-Cash." *Interaksi Online 21.2 (2018):* 144-153., diakses tanggal 13 Oktober 2018, diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

harga yang dilakukan oleh T-Cash, karena pengaruh iklan dari T-Cash untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin.

Jurnal dari saudara Anjar Priyono, yang berjudul "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay"[21], Kesimpulan daripada penelitian ini menunjukkan bahwa go-pay di masyarakat telah diterima sebagai alat pembayaran non tunai, karena dipandang mudah dan aman.

Jurnal dari Izra Berakon, Agus Muhammad Irsad, Nuha Nabila Hanif, dan Hikmatul Fisa Yasinta dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul "E-Payment: inovasi layanan penghimpunan dan redistribusi wakaf uang Berbasis online dalam percepatan pembangunan ekonomi indonesia"[22], dalam jurnal ini, pembahasan ditujukan pada kajian tentang pengoptimalan wakaf di Indonesia dengan mengintegrasikan teknologi sebagai sarana pembayaran wakaf melalui *E-Payment.* hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk percepatan pembangunan ekonomi Indonesia, namun hal itu belum dapat direalisasikan sepenuhnya karena adanya potensi tidak diiringi dengan penghimpunan yang efektif.

---

[21] Priyono, Anjar. "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay." *Jurnal Siasat Bisnis* 20.1 (2017): 88-106.D, diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

[22] Irsad, A. M., & Berakon, I. (2017). "E-Payment: Inovasi Layanan Penghimpunan Dan Redistribusi Wakaf Uang Berbasis Online Dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi Indonesia". *JURNAL AL-QARDH*, *2*(1), 26-41., diakses melalui https://scholar.google.co.id/, tanggal 19 Januari 2020

E. Persamaan dan Perbedaan

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang peneliti kaji adalah, obyek penelitian sama-sama menggunakan model pembayaran non tunai atau disebut *payment gateway*. *Payment gateway* ini merupakan salah satu jenis dari *financial technology* atau biasa disebut *fintech*. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah, dalam penelitian terdahulu fokus penelitiannya meliputi aspek penggunaan *fintech* atau *payment gateway* dalam meningkatkan ekonomi dan penerimaan masyarakan tentang sebuah alat pembayaran non tunai. Sedangkan pada penelitian yang peneliti kaji, fokus penelitian ada pada aspek hukum dari penerapan mekanisme atau cara kerja *payment gateway* di tinjau dari hukum positif dan hukum Islam.