

PROFIL DIGITAL PAYMENT DI INDONESIA

PELUANG DAN RESIKO

SEPTIANA AYU ESTRI
MAHANI



ORANGENEST INCUBATOR
NETWORK



PEMETAAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA

PEMETAAN LAYANAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA

Abstract

Penyelenggaraan mobile payment telah meluas seiring dengan meningkatnya kepemilikan smartphone di berbagai kalangan masyarakat. Pertumbuhan mobile payment di Indonesia ditopang oleh perkembangan sistem pembayaran di sektor perbankan dan perkembangan industri telekomunikasi, serta penyedia perangkat lunak. Mobile payment dinilai sebagai metode pembayaran yang mudah dan efisien oleh para penggunanya. Baik untuk penggunaan untuk transaksi pribadi sehari-hari maupun penggunaan sebagai metode pembayaran oleh para merchant. Oleh karena itu, penerapan mobile payment dapat menjadi salah satu alternatif untuk merangkul lapisan masyarakat yang belum memiliki akses terhadap layanan sistem pembayaran dan keuangan (belum memiliki rekening di bank), khususnya masyarakat yang berada di daerah terpencil, dengan memanfaatkan jangkauan infrastruktur telekomunikasi yang saat ini sudah dapat mencakup hampir seluruh wilayah di Indonesia.

1.1. Layanan mobile payment

Semakin populer seiring meningkatnya pemakaian smartphone hingga 70% dalam lima tahun terakhir di Indonesia. Terlebih, semakin banyak pilihan aplikasi e-wallet tanpa kartu untuk bertransaksi. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 e-wallet yang mendapatkan lisensi resmi. Pada tahun 2018, transaksi e-wallet di Indonesia mencapai angka USD1.5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023. Tapi siapakah e-wallet paling populer di Indonesia

Peneliti berkolaborasi dengan perusahaan analisis data terpercaya App Annie dan iPrice Group, berusaha merangkum olahan data yang lebih baik mengenai aplikasi e-wallet paling populer di Indonesia. Menggunakan data jumlah download aplikasi dan pengguna aktif bulanan, riset ini menghadirkan statistik yang lebih konkret untuk mengetahui siapa saja aplikasi e-wallet di Indonesia. Artikel dan olahan data ini akan terus diperbaharui secara berkala demi menjaga validitas informasi terkait e-wallet.

1.2. Aplikasi e-wallet paling populer di Indonesia:

Banyaknya pemain lokal di industri fintech Indonesia menjadikan aplikasi e-wallet lokal masih sebagai primadona untuk solusi cashless di Indonesia. Berdasarkan data Q2 2019 yang didapatkan dari App Annie 5 besar aplikasi e-wallet dengan

pengguna aktif bulanan terbanyak masih diduduki oleh pemain lokal yaitu Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius. Sama halnya dengan jumlah download aplikasi, aplikasi e-wallet lokal berhasil menduduki peringkat 5 teratas dengan Go-Pay pada urutan pertama, OVO di posisi kedua, diikuti oleh DANA peringkat ketiga, LinkAja peringkat keempat dan iSaku urutan kelima. Jenius tidak sebatas aplikasi e-wallet, tapi merupakan aplikasi perbankan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi antar platform finansial yang berbeda seperti isi ulang saldo e-wallet lain dan berkirim valuta asing baik secara offline maupun online.

Perkembangan aplikasi e-wallet milik perusahaan berbasis internet meningkat 50% sejak Q4 2017. Kurangnya akses rekening bank serta tingginya angka “unbanked” populasi di Indonesia memberikan udara segar bagi perusahaan berbasis internet dengan layanan fintech untuk memperluas jangkauan. Layanan fintech dianggap bisa memberikan kemudahan untuk bertransaksi baik online maupun offline hanya dalam satu platform yaitu aplikasi e-wallet. Aplikasi e-wallet milik perusahaan berbasis internet meningkat 50% dari Q4 2017 hingga Q2 2019, ada 4 perusahaan berbasis internet dari total 10 aplikasi e-wallet di kuartal ini yaitu Go-Jek, DANA, Paytren dan DOKU. Penggolongan ini disiarkan pada laporan ASEAN Mobile Payment 2019 oleh Nomura. Peningkatan produk e-wallet merupakan dorongan dari OJK (Otoritas Jasa keuangan) dalam upaya meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia.

Potensi perkembangan aplikasi e-wallet juga diprediksikan akan semakin gemilang mengingat bonus demografi Indonesia pada tahun 2030 dimana penduduk usia produktif akan lebih besar. Berdasarkan hasil riset Jakpat bekerjasama dengan DailySocial 74.6% pengguna aplikasi e-wallet adalah pada usia produktif 20-35 tahun.

Aplikasi e-wallet hasil produk bank memiliki banyak pengguna aktif bulanan di Indonesia. Kebanyakan e-wallet ini terkoneksi dengan akun rekening pengguna di masing-masing bank terkait. Ada 4 produk aplikasi e-wallet milik bank dari keseluruhan aplikasi e-wallet yang aktif di kuartal keempat tahun 2017. Masing-masing bank itu yakni Bank CIMB dengan produk Go Mobile by CIMB, BTPN dengan Jenius, BCA dengan Sakuku dan Mega Mobile milik Bank Mega. Pada Q2 tahun 2019 ini, 4 aplikasi e-wallet milik bank berada di peringkat 10 besar dengan pengguna aktif bulanan terbanyak. “Pemain lama” tetap eksis, yaitu Jenius, Go Mobile by Cimb, dan Sakuku. Pemain lain adalah Mega Mobile milik Bank Mega, yang berhasil masuk daftar 10 besar aplikasi e-wallet dengan pengguna aktif bulanan terbanyak pada periode Q4 2017 hingga Q2 2018.”

A. Go-Pay, aplikasi e-wallet dengan pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia.

Go-Pay sebagai salah produk dari startup decacorn pertama di Indonesia Go-Jek menjadi aplikasi e-wallet dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Walaupun aplikasi Go-jek tidak digolongkan dalam aplikasi finance di App Annie, menurut informasi dari Medium 30% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia berasal dari Go-Pay. Februari 2019, Go-Pay berhasil menyentuh angka transaksi sebesar USD 6.3 miliar dengan total 70% didapatkan dari transaksi Go-Jek menggunakan Go-Pay sebagai metode pembayaran. Go-Pay juga merupakan metode pembayaran utama dari Go-Food, yang juga merupakan aplikasi pengantar makanan terbesar di Asia Tenggara. Selain itu dikabarkan melalui DailySocial, Go-Pay juga dikabarkan resmi menjadi salah opsi pembayaran yang tersedia di Google Play setelah realisasi investasi yang diluncurkan Google ke Go-Jek awal tahun lalu.

B. DANA aplikasi e-wallet baru yang stabil diposisi top 5 sejak berdiri di Q4 2018.

Sebuah startup bernama DANA (atau Dompot Digital Indonesia) pada tanggal 21 Maret 2018 secara resmi telah diperkenalkan sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia. Dengan berbasis open-platform (sama seperti halnya Alipay dari Cina), DANA diharapkan bisa menjadi solusi bagi kegiatan transaksi digital non-tunai, baik secara online maupun offline.

DANA dinahkodai oleh Vincent Henry Iswaratioso, Country Head Alipay Indonesia yang sebelumnya juga menjabat sebagai co-founder dari layanan payment digital INDOMOG. Sebelum resmi diperkenalkan dengan nama DANA, tersiar kabar bahwa startup ini merupakan perusahaan patungan antara Ant Financial (Alipay) dengan EMTEK. Meskipun mengadopsi teknologi dari Ant Financial, namun investor utama DANA merupakan perusahaan Indonesia, yakni grup EMTEK. DANA didirikan untuk menjawab perkembangan kebutuhan gaya hidup digital yang serba efisien, terutama dalam urusan transaksi kegiatan jual beli berbasis digital. Transaksi konvensional dengan uang tunai sering kali menghalangi peningkatan produktivitas dan daya saing. (Oleh karena itu) DANA kami dirikan untuk mengoptimalkan transaksi non-tunai di masyarakat.

Dengan mengusung layanan pembayaran berbasis open-platform, DANA diklaim memiliki kelebihan terutama dari segi adopsi penggunaannya. Berbeda dengan layanan payment gateway populer (seperti GO-JEK, GrabPay, OVO, dan lainnya), DANA tidak terpaku dengan keberadaan satu platform tertentu seperti GO-PAY yang saat ini terbatas hanya untuk membayar semua transaksi dalam aplikasi GO-JEK saja.

DANA ke depannya bisa digunakan di beberapa layanan seperti:

- a) Pembayaran e-commerce Bukalapak
- b) Pembelian tiket Tix.id

- c) Transfer pulsa dan saldo digital DANA lewat BBM.
- d) Untuk pengisian saldonya sendiri, pengguna dapat melakukan top-up melalui bank yang bermitra dengan DANA dan outlet Alfamart.

DANA sebagai pendatang baru aplikasi e-wallet di Indonesia langsung menunjukkan kegigihannya untuk menjadi pioneer aplikasi e-wallet di Indonesia. DANA pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan langsung memperkenalkan layanan berbasis open platform. Berdasarkan data Riset iPrice Group, DANA memiliki pengguna aktif bulanan yang relatif stabil sejak Q4 2018 hingga Q2 2019. Dana berhasil naik satu peringkat di kuartal 2 2019 menggantikan LinkAja di posisi ketiga. Berbeda dengan jumlah download aplikasi, DANA turun satu peringkat ke posisi 3 digantikan oleh OVO pada Q2 2019. DANA merupakan layanan aplikasi e-wallet hasil kerjasama Emtek group dan Ant Financial juga merupakan aplikasi e-wallet resmi yang bisa digunakan untuk transaksi di e-commerce Bukalapak melalui BukaDompot. DANA (atau Dompot Digital Indonesia) merupakan layanan pembayaran digital berbasis open-platform.

DANA dapat digunakan untuk pembayaran e-commerce Bukalapak, pembelian tiket Tix.id, serta transfer pulsa dan saldo digital DANA lewat BBM. Untuk pengisian saldonya sendiri, pengguna dapat melakukan top-up melalui bank yang bermitra dengan DANA dan outlet Alfamart.

Dalam beberapa waktu ke depan, DANA menargetkan untuk menggaet empat puluh mitra yang mengintegrasikan DANA sebagai bagian layanan payment mereka.

C. OVO

OVO merupakan uang elektronik berbasis aplikasi. Penggunaanya harus melakukan pengisian (top up) terlebih dahulu untuk melakukan transaksi, mulai membayar di merchant, membeli pulsa, hingga melakukan transfer dana. Model bisnis OVO memiliki tiga pilar utama, yakni pembayaran digital, poin loyalitas (loyalty points), dan layanan finansial.

a. Pembayaran Digital

Untuk model bisnis pembayaran, perusahaan yang berkibar di bawah naungan LippoX ini mendukung gerakan percepatan nasional non-tunai dengan sistem pembayaran yang simpel, instan, dan aman. Para pengguna OVO bisa melakukan transaksi dengan mudah dari smartphone mereka.

b. Poin loyalitas,

merupakan program cross-coalition loyalty yang memungkinkan para pengguna untuk mengumpulkan dan menggunakan OVO Points mereka di lebih dari 27.000 titik merchant di 200 kota yang bekerjasama dengan OVO. Termasuk di dalamnya industri ritel, penerbangan, transportasi, serta makanan dan minuman (F&B). Selain itu, OVO juga memiliki promo eksklusif dan prioritas bagi pengguna.

c. Layanan finansial,

OVO fokus mengembangkan produk keuangan untuk masyarakat Indonesia yang tidak bisa dijangkau oleh bank konvensional. Misalnya, transfer dana antar-akun OVO dan ke rekening bank serta pembukaan rekening reksadana.

Saat ini, Hanya OVO yang mengintegrasikan ketiga fitur tersebut dalam satu platform. “Kami yakin, kehadiran OVO bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan membantu mereka dalam meng-akses berbagai layanan finansial. Tambah lagi, dengan aplikasi yang all-in-one, OVO bisa membantu konsumen tidak perlu mengunduh berbagai macam aplikasi, cukup satu saja. Untuk terus bisa berkembang dan memberikan pengalaman pengguna yang terbaik, OVO terbuka untuk berkongsi dengan berbagai pihak. Salah satunya yang sedang berjalan ada-lah kerjasama dengan MyFave.com.

Para pengguna OVO bisa membeli voucher diskon dari berbagai kategori, seperti makanan, liburan, dan kecantikan. Pengguna OVO juga bisa melakukan pembayaran melalui aplikasi Fave. OVO baru saja menandatangani kerjasama dengan Bank Mandiri. Dengan kemitraan ini, baik nasabah Bank Mandiri ataupun pengguna OVO bisa menerima manfaat dari kecepatan transaksi elektronik yang akan tersedia di puluhan ribu lokasi di seluruh Indonesia. OVO akan menerima layanan Bank Mandiri di aplikasinya dan dapat memanfaatkan jaringan elektronik Bank Mandiri, seperti ATM dan Mandiri Online, sebagai infrastruktur pendukung untuk pengembangan layanan. Ke depan, OVO akan terus melakukan ekspansi dan kerjasama dengan berbagai industri, termasuk penerbangan, transportasi daring dan publik, tol elektronik (e-toll), pemesanan makanan online, juga e-commerce. Ini guna memberi kemudahan bagi para pengguna untuk bisa transaksi menggunakan OVO di manapun mereka berada di wilayah Indonesia.

OVO, aplikasi e-wallet milik Lippo Group berhasil menduduki peringkat kedua berdasarkan jumlah download aplikasi di Q2 2019. OVO bisa digunakan sebagai metode pembayaran untuk transaksi offline di Matahari Department Store and Lippo Mall. Untuk transportasi, OVO merupakan metode pembayaran di Grab Indonesia,

melebarkan kerjasama OVO juga menggandeng e-commerce unicorn Indonesia, Tokopedia dengan OVO Cash. Kerjasama yang dilakukan oleh OVO dengan Tokopedia merupakan satu langkah besar untuk meningkatkan jumlah pengguna OVO di Indonesia. Berdasarkan data Map of Ecommerce Indonesia Q1 2019 Tokopedia menduduki peringkat pertama di platform iOS dan Android.

Jika melihat grafik perkembangan OVO, jumlah download aplikasi menurun dari peringkat ke-2 ke peringkat ke-3 di Q1 2018, tapi untuk pengguna aktif bulanan OVO meningkat satu peringkat di Q1 2018 mengalahkan LinkAja. Dikutip dari Jakarta Globe kerjasama OVO dengan Lion Air Group juga meningkatkan pengguna OVO. Kerjasama ini memberi keuntungan tambahan pada pelanggan OVO dengan mendapatkan loyalty points 20,000 setara Rp 20,000 setiap menggunakan maskapai penerbangan Wings Air, Batik Air dan Lion Air.

D. Jenius Pay

adalah cara baru bertransaksi online menggunakan \$Cashtag sebagai identitas pembayaran tanpa perlu kartu debit atau kredit. Cukup melalui dua langkah sederhana, yaitu Request atau mengirim permintaan uang dan Pay atau membayar permintaan uang, kamu bisa lebih cepat melakukan transaksi. Dengan Jenius Pay, kamu terhindar dari repotnya memasukkan informasi kartu debit/kredit kamu sekaligus memberikan kamu rasa keamanan karena kamu hanya perlu memasukkan informasi \$Cashtag kamu saja.

Jenius Pay memanfaatkan \$Cashtag sebagai identitas pembayaran kamu. Melalui dua langkah sederhana, yaitu Request atau mengirim permintaan uang dan Pay atau membayar permintaan uang, transaksi yang kamu lakukan akan lebih praktis dan cepat tanpa perlu memasukkan informasi kartu debit atau kredit. Proses yang dilakukan juga bersifat real-time, sehingga kamu tidak perlu menunggu lama.

3 Fitur Keamanan Jenius Pay

Agar terhindar dari kemungkinan orang yang tidak dikenal menggunakan \$Cashtag kamu untuk transaksi, Jenius membuat 3 parameter keamanan agar kegiatan belanja online kamu lebih aman dan nyaman. 3 fitur anti-scammer ini membantu kamu terhindar dari banyaknya permintaan konfirmasi pembayaran yang gak diinginkan.

Payment Expiration

Setiap permintaan pembayaran akan dilengkapi dengan timer yang menandakan maksimum periode notifikasi Jenius Pay ditampilkan di dalam aplikasi Jenius, sekaligus sebagai batas waktu pengguna bisa mengkonfirmasi permintaan pembayaran. Kamu gak

perlu lagi menolak permintaan yang tidak diharapkan, karena apabila kamu biarkan, sistem akan secara otomatis menghapus permintaan yang sudah melewati batas waktu.

Payment Expiration yang diatur secara otomatis saat ini adalah 5 menit.

Maximum Pending Request

Fitur ini mengatur angka maksimum permintaan tertunda dalam aplikasi Jenius yang butuh approval kamu. Dengan ini, kamu akan terhindar dari tindakan gak diharapkan yang memakai \$Cashtag kamu berkali-kali untuk belanja. Sebagai contoh, kamu hanya akan menerima maksimal 3 permintaan pembayaran, lebih dari itu akan ditolak oleh sistem. Kamu harus menerima atau menolak 3 permintaan pertama yang masih pending atau tertunda sebelum permintaan selanjutnya bisa dibuat.

Maximum Pending Request yang diatur secara otomatis saat ini adalah 3 permintaan.

Anti-Spam

Fitur ini mengatur angka maksimal permintaan yang datang dari satu merchant. Hal ini akan membantu kamu terhindar dari tindakan gak diharapkan yang memakai \$Cashtag kamu untuk transaksi berkali-kali di satu merchant yang sama. Kamu harus menerima atau menolak permintaan pertama yang masih pending atau tertunda sebelum permintaan selanjutnya bisa dibuat.

D. LinkAja, aplikasi e-wallet BUMN.

Persaingan antarpenyedia layanan dompet digital makin ketat. Pasar e-wallet yang selama ini didominasi oleh Go-Pay milik Go-Jek dan OVO dari Grup Lippo makin sesak dengan hadirnya kompetitor baru, LinkAja. Setelah merilis pada Ahad pekan lalu, PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) langsung membuat gebrakan bagi LinkAja. Perusahaan teknologi finansial (fintech) pembayaran besutan sejumlah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ini, misalnya, fokus menasar segmen yang luas mulai dari pengguna kendaraan umum hingga masyarakat yang belum memiliki ponsel pintar (smartphone).

Kedua segmen tersebut belum banyak digaet oleh pemain dompet digital sebelumnya seperti Go-Pay, OVO, ataupun DANA. "Pasar ini sangat potensial," kata Ketua Umum Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) Ignatius Untung kepada Katadata.co.id, Karena itu, dalam layanan transportasi, LinkAja bekerja sama dengan beragam operator massal seperti Moda Raya Terpadu atau Mass Rapid Transit (MRT) dan Lintas Raya Terpadu (LRT) di Palembang. Pengguna transportasi umum di kota-kota besar memang pasar yang gemuk. Karena itu, layanan pembayaran yang memudahkan masyarakat tentu banyak dicari.

Dalam penetrasi pasar berbasis telepon genggam, LinkAja menyediakan layanan menggunakan Unstructured Supplementary Service Data (USSD) *800# bagi pengguna ponsel biasa alias lawas (feature phone). Layanan ini memang baru tersedia bagi pelanggan Telkomsel, tetapi LinkAja berencana memperluasnya ke konsumen perusahaan telekomunikasi lainnya. (Baca: Beda LinkAja dengan OVO dan Go-Pay) Dibidiknya segmen ini lantaran masih banyak pengguna ponsel jadul di daerah. Selain menggunakan fasilitas USSD, LinkAja memanfaatkan program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Laku Pandai.

Layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif ini digerakkan oleh Himpunan Bank Milik Negara (Himbara) untuk menjangkau pengguna di daerah. Didukung oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank Tabungan Negara (BTN), LinkAja memiliki potensi besar menguasai pasar yang lokasinya jauh dari kantor bank. Mengacu dengan target OJK, perusahaan ini dapat membangun produk-produk keuangan yang sederhana untuk mendorong percepatan inklusi keuangan (financial inclusion) di Tanah Air. Sebagai gabungan dari aplikasi pembayaran besutan BUMN, seperti TCash dari Telkomsel, TBank dan MyQR milik BRI, e-cash dari Bank Mandiri, serta yap! dan UnikQu dari BNI, LinkAja memiliki jalan lapang untuk bergerak. Apalagi di luar itu ada sejumlah BUMN lain yang juga terlibat, seperti Pertamina, Asuransi Jiwasraya, dan Danareksa. Selain itu, Jasa Marga, Garuda Indonesia, dan Kereta Api Indonesia (KAI) digadang-gadang bakal berpartisipasi menjadi pemegang saham di fintech pembayaran ini.

Ada 1,5 juta titik kontak finansial lewat layanan konvensional di Indonesia Layanan Jumlah Cabang bank 38.000 ATM milik bank 103.953 EDC 500.000 Laku Pandai 700.000 Layanan Keuangan Digital (LKD) 200.000 Fintech pembayaran termasuk LinkAja, Go-Pay, OVO, dan DANA memang diharapkan bisa menjangkau pengguna di pelosok nusantara. Namun, tak bisa dipungkiri, masih ada penduduk Indonesia yang menggunakan ponsel biasa atau belum terakses internet.

Apalagi, berdasarkan data Statista, pengguna smartphone diproyeksi baru mencapai 28 % dari total penduduk Indonesia pada tahun ini. Segmen yang diincar LinkAja jumlahnya sangat besar, namun adopsi teknologinya masih minim. Nilai transaksi pengguna di daerah pun diperkirakan lebih kecil dibanding konsumen yang tinggal di perkotaan. “Walaupun begitu, jumlah masyarakat di kota jauh dari setengah total penduduk Indonesia. Karena itu, potensi transaksi menggunakan fintech pembayaran tumbuh lebih dari dua kali. Sehingga, gerak cepat LinkAja ke pasar di daerah bisa meningkatkan transaksi lebih besar secara nominal dan lebih sering.

Pengguna internet mencapai 171,71 juta atau 64,8% dari total penduduk Indonesia 264,16 juta pada 2018. Jumlah ini tumbuh 10,12% dibanding 2017. Pulau Kontribusi terhadap penetrasi internet Sumatera 21% Jawa 55% Bali dan Nusa Tenggara 5% Kalimantan 9% Sulawesi, Maluku, Papua 10% Sumber: APJII, 2019 Untuk bisa meningkatkan transaksi secara nominal maupun volume, LinkAja harus menyediakan layanan yang dibutuhkan masyarakat di daerah hingga pelosok Indonesia.

Dalam hal ini, menurutnya, Go-Pay dan OVO sudah masuk ke daerah melalui layanan berbagi tumpangan (ride-hailing) Gojek dan Grab. Penyedia layanan on-demand Jumlah unduh aplikasi Mitra pengemudi (motor dan mobil) Cakupan Gojek 142 juta 2 juta lebih mitra di empat negara Hadir di empat negara (200 kota di Indonesia) Grab 152 juta 9 juta (plus agen) di Asia Tenggara 336 kota di delapan negara (224 kota di Indonesia) diolah Sementara itu, Ekonom Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) Bhima Yudistira menyatakan, LinkAja unggul di sektor transportasi. Dompot digital ini bisa digunakan untuk layanan Blue Bird, Kereta Api, Trans Semarang, Damri, dan Railink.

Yang teranyar, LinkAja menyediakan layanan pembayaran untuk pembelian tiket Garuda Indonesia, Citilink, MRT hingga LRT di Palembang. Fintech pembayaran ini juga mengembangkan layanan pembayaran nirsentuh berbasis identifikasi frekuensi radio (Radio Frequency Identification/RFID) sebagai sensor untuk tol. Dengan begitu, kendaraan yang menggunakan stiker LinkAja bisa melintasi pintu tol dengan kecepatan 30 kilometer per jam tanpa harus berhenti untuk membayar di sejumlah pintu tol yang dilengkapi teknologi RFID. Arus Balik Lebaran 2019.

LinkAja mengembangkan layanan pembayaran nirsentuh berbasis identifikasi frekuensi radio (Radio Frequency Identification/RFID) di gerbang tol. (ANTARA FOTO/AGUS) Selain itu, adopsi LinkAja akan cepat karena didukung oleh BUMN perusahaannya menargetkan layanan pembayaran untuk transportasi massal selesai diuji coba seluruhnya pada kuartal keempat tahun ini. Dengan begitu, ia berharap lebih banyak konsumen bisa memakai LinkAja saat menggunakan transportasi umum pada akhir 2019.

Selain itu, ia tengah mengembangkan aplikasi mini yang memungkinkan apps lain terintegrasi dengan LinkAja. Konsep seperti ini mirip dengan Gojek dan Grab yang tengah mengembangkan SuperApp. Hanya, LinkAja fokus pada layanan pembayaran. Tak hanya itu, LinkAja berencana mengembangkan komputasi awan (cloud) sendiri pada 2020.

LinkAja juga menyediakan layanan tarik tunai tanpa kartu dengan memiliki lebih dari 100 ribu titik Cash In Cash Out (CICO). Lokasi tarik tunai dan isi saldo itu bisa ditemui di

minimarket seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi. Selain itu, layanan CICO ini tersedia di Grapari Telkomsel, ATM Link Himbara, ATM Bersama, dan lebih dari 100 ribu jaringan outlet Mitra LinkAja (MiLA).

Gurita bisnisnya juga memfasilitasi layanan pembayaran bagi Warga Negara Indonesia (WNI) di luar negeri. Misalnya, layanan remitansi bagi pekerja migran Indonesia di Singapura melalui kerja sama dengan Singapore Telecommunications (Singtel) Limited sejak tahun lalu. Kini, LinkAja berencana memperluas layanan remitansi ke Hong Kong, Malaysia, dan Thailand. Meski persaingan di industri ini terbilang ketat, Danu mengatakan bahwa LinkAja terbuka untuk berkolaborasi dengan perusahaan lain termasuk Go-Pay dan OVO.

LinkAja Go-Pay OVO Pengguna 23 juta 142 juta (unduh aplikasi Gojek) Lebih dari 115 juta (per akhir 2018) Jumlah mitra Lebih dari 183 ribu titik lokasi Lebih dari 400 ribu mitra Go-Food, sekitar 60 ribu penyedia layanan, mitra pengemudi Gojek Lebih dari 500 ribu mitra. Juga digunakan untuk layanan transportasi Grab Payment Point Online Bank (PPOB) IndiHome, listrik, PDAM, pulsa hingga voucher gim online Pulsa, listrik, PDAM, streaming, TV kabel hingga voucher gim online, Pulsa, listrik, asuransi, streaming, TV kabel hingga BPJS kesehatan E-commerce bekerja sama dengan 20 e-commerce termasuk Tokopedia, Bukalapak, dan Blanja.com Blibli.com, JD.ID, Sociolla Tokopedia, Sociolla Transportasi Blue Bird, KAI, Trans Semarang, Damri, Railink, Garuda Indonesia, Citilink, MRT, LRT di Palembang Gojek (motor dan mobil), Trans Semarang Grab (motor, mobil, bajaj) Donasi BUMN, Bazis, Baznas, Ycab, Lazismu, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, masjid Baznas, Rumah Zakat, KitaBisa, Institut Musik Jalanan (IMJ), masjid Baznas, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa Layanan publik Uji coba salurkan bansos lewat TCash 2015 dan 2016 Menyalurkan kredit UMi PBB Samsat SIM dan SKCK di Cilacap 50 SMK SIM dan SKCK di Gresik, Surabaya, dan Bekasi PBB di Semarang Menyalurkan kredit UMi Universitas Katolik (UNIKA) Widya Mandala di Surabaya SIM dan SKCK di Mojokerto dan Surabaya Cicilan atau Pinjaman LinkAja bekerja sama dengan Kredit Pintar Go-Pay gandeng PT Mapan Global Reksa (Findaya) untuk menyediakan fitur cicilan (paylater) OVO gandeng Taralite untuk sediakan fitur cicilan (paylater) di Tokopedia.

LinkAja, aplikasi e-wallet gabungan berbagai BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yaitu T-Cash milik Telkomsel, Mandiri e-cash milik Bank Mandiri, UnikQu milik BNI, T-Money milik Telkom dan T-Bank milik BRI. Migrasi ini dimulai sejak 30 Juni 2019, LinkAja resmi menjadi saingan Go-Pay dan OVO yang sudah lebih dulu terjun di dunia fintech, dengan total 22 juta pengguna yang sudah terdaftar.

Grafik pengguna aktif bulanan LinkAja terlihat stabil meskipun terjadi penggabungan beberapa aplikasi e-wallet dan e-money pada Q2 2019. Berdasarkan riset iPrice, LinkAja

bertahan di posisi ketiga dari Q2 2018 hingga Q1 2019. Untuk data jumlah download aplikasi, terjadi penurunan pada Q4 2018, LinkAja yang saat itu masih dalam aplikasi T-Cash turun dua peringkat disalip oleh OVO dan DANA yang memang sedang gencar melakukan promosi cashback pada kuartal itu. LinkAja dikabarkan akan berkolaborasi dengan Go-Jek agar bisa digunakan sebagai alternatif pembayaran selain Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek.

Penawaran cashback dan penambahan poin adalah promosi yang paling digandrungi oleh para pengguna e-wallet di Indonesia.

Penawaran instan cashback dan penambahan poin dengan menggunakan aplikasi e-wallet menjadi strategi pemasaran yang ampuh untuk menggaet pengguna dalam menggunakan aplikasi e-wallet sebagai salah satu metode pembayaran tanpa tunai. Dilansir dari Tirto, Go-Pay sebagai salah satu pemain dominan di aplikasi e-wallet menawarkan cashback hingga 20-40% untuk membayar minuman dan makanan selama bulan Juli 2019. Cashback juga diklaim membantu meningkatkan penjualan merchants yang bekerja sama dengan aplikasi e-wallet tersebut. Cashback tidak bisa diuangkan, hanya bisa digunakan kembali dengan aplikasi e-wallet yang sama. Sama halnya dengan bonus poin bisa digunakan untuk mendapatkan potongan harga pada transaksi selanjutnya.

Pembayaran ecommerce, transportasi umum dan retail fisik adalah servis yang dimiliki hampir disemua aplikasi e-wallet.

Tim Riset mengumpulkan data mengenai jenis servis yang diberikan dari 38 aplikasi e-wallet dan e-money yang tersedia di Indonesia. Analisis membuktikan bahwa pembayaran retail offline merupakan servis yang paling banyak diberikan oleh aplikasi e-wallet di Indonesia. Berdasarkan laporan dari Nomura ASEAN internet: Opening up the mobile wallet Go-Pay memiliki 10 tipe servis yaitu, penghantar makanan, transportasi publik, pembelian tiket bioskop, pembayaran ecommerce, pembayaran layanan logistik, P2P (peer to peer), pengisian pulsa, pembayaran tagihan bulanan dan penarikan tunai.

LinkAja memiliki 9 variasi tipe servis hampir sama seperti Go-Pay, hanya saja tidak memiliki akses untuk pembayaran ride hailing. Sementara, Paytren memiliki 8 tipe servis. DANA dan OVO berada di peringkat yang sama dimana mereka menyediakan 7 tipe servis aplikasi e-wallet yang bisa digunakan di Indonesia. Perbedaannya, DANA bisa digunakan untuk pembayaran pada aplikasi gaming sedangkan OVO unggul dengan kemitraannya bersama Grab Indonesia untuk pembayaran transportasi.

QR pay menjadi metode pembayaran paling banyak dipakai di aplikasi e-wallet.

QR pay atau QRC (Quick Response Code) merupakan salah satu metode pembayaran yang digunakan oleh aplikasi e-wallet di Indonesia. Ada 19 aplikasi e-wallet yang terdaftar menggunakan metode ini sebagai opsi pembayaran. Mei 2019, pemerintah Indonesia mengeluarkan QRIS (Quick Response Indonesia Standard) sebagai salah satu standarisasi upaya peningkatan penggunaan pembayaran cashless di Indonesia. Pembayaran via QR code juga dijadikan sebagai solusi untuk metode pembayaran pengganti kartu bagi 65 juta UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia.

No	Fitur	Link Aja	Go Pay	OVO
1	Pengguna	23 juta	142 juta	115 juta
2	Jumlah Mitra	Lebih dari 183 ribu titik lokasi	Lebih dari 400 ribu mitra Go-Food, sekitar 60 ribu penyedia layanan, mitra pengemudi Gojek	Lebih dari 500 ribu mitra. Juga digunakan untuk layanan transportasi Grab
3	PPOB Payment	IndiHome, listrik, PDAM, pulsa hingga voucher gim online	Pulsa, listrik, PDAM, streaming, TV kabel hingga voucher gim online,	Pulsa, listrik, asuransi, streaming, TV kabel hingga BPJS kesehatan
4	E-Commerce	bekerja sama dengan 20 e-commerce termasuk Tokopedia, Bukalapak, dan Blanja.com	Blibli.com, JD.ID, Sociolla	Tokopedia, Sociolla
5	Transportasi	Blue Bird, KAI, Trans Semarang, Damri, Railink, Garuda Indonesia, Citilink, MRT, LRT di Palembang	Gojek (motor dan mobil), Trans Semarang	Grab (motor, mobil, bajay)
6	Donasi	BUMN, Bazis, Baznas, Ycab, Lazismu, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, masjid	Baznas, Rumah Zakat, KitaBisa, Institut Musik Jalanan (IMJ), masjid	Baznas, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa
7	Layanan Publik	Uji coba salurkan bansos lewat TCash 2015 dan 2016 Menyalurkan kredit UMi PBB Samsat SIM dan SKCK di Cilacap	50 SMK SIM dan SKCK di Gresik, Surabaya, dan Bekasi PBB di Semarang Menyalurkan kredit UMi	Universitas Katolik (UNIKA) Widya Mandala di Surabaya SIM dan SKCK di Mojokerto dan Surabaya

8	Cicilan Pinjaman atau	LinkAja bekerja sama dengan Kredit Pintar	Go-Pay gandeng PT Mapan Global Reksa (Findaya) untuk menyediakan fitur cicilan (paylater)	OVO gandeng Taralite untuk sediakan fitur cicilan (paylater) di Tokopedia
---	-----------------------	---	---	---

Sumber : Data yang diolah

Daftar Pustaka

Achord, S., Chan, J., Collier, I., Nardani, S., and Rochemont, S., 2017. A cashless society: Benefits, risks and issues (Interim paper). [pdf] Institute and Faculty of Actuaries. Available at: <<https://www.actuaries.org.uk/documents/cashless-society-benefits-risksand-issues>> [Accessed 9 April 2018]

Adams, J., Khan, H.T.A., Raeside, R., and White, D., 2007. Research methods for graduate business and social science students. New Delhi: Response Books.

Al-Debei, M.M. and Acison, D., 2010. Developing a unified framework of the business model concept. *European Journal of Information Systems*, 19(3), pp. 359–376.
Allee, V., 2000. Reconfiguring the value network. *Journal of Business Strategy*, 21(4), pp. 36–39.

Allee, V., 2008. Value network analysis and value conversion of tangible and intangible assets. *Journal of Intellectual Capital*, 9(1), pp. 5–24.

Amit, R. and Zott, C., 2001. Value creation in e-business. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), pp. 493–520.

Anderson, J.C., Håkansson H., and Johanson, J., 1994. Dyadic business relationships within a business network context. *Journal of Marketing*, 58(4), pp. 1–15.

Apanasevic, T., 2015. Challenges related to the introduction of innovative services in the market: Mobile payment services in the Swedish retail industry. Licentiate thesis. KTH Royal Institute of Technology.

Apanasevic, T., 2018. Primary data collection. Approaches of service providers towards mobile payments. Report. KTH Royal Institute of Technology.

Apanasevic, T. and Markendahl, J., 2018. Value of mobile ticketing services: Perspective

of public transport companies. *Journal of Payment Strategy & Systems*, 11(4), pp. 292–305.

Apanasevic, T., Arvidsson, N., and Markendahl, J., n.d. Mobile payments: A proposal for a context-oriented approach based on socio-technical system theory. *Journal of Innovation Management*, under revision.

Au, Y.A. and Kauffman, R.J., 2008. The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(2), pp. 141–164.

Balaban, D., 2017. Transactions for pay wallets remain disappointing. *NFC Times*, [online] 31 May. Available at: <<http://www.nfctimes.com/news/major-us-processorsstore-transactions-pays-wallets-remain-disappointing>> [Accessed 10 August 2017]

Balasubramanian, S., Peterson, R.A., and Jarvenpaa, S.L., 2002. Exploring the implications of m-commerce for markets and marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), pp. 348–361.

Bankvall, L., Dubois, A., and Lind, F., (2017). Conceptualizing business models in industrial networks. *Industrial Marketing Management*, 60, pp. 196–203.

Baraldi E., Brennan R., Harrison D., Tunisini A., and Zolkiewski J., 2007. Strategic thinking and the IMP approach: A comparative analysis. *Industrial Marketing Management*, 36(7), pp. 879–894.

BIS (Bank of International Settlements), 2012. Innovations in retail payments. [pdf] BIS. Available at: <<http://www.bis.org/cpmi/publ/d102.htm>> [Accessed 9 July 2016]

BIS (Bank of International Settlements), 2016. Fast payments – Enhancing the speed and availability of retail payments. [pdf] BIS. Available at: <<https://www.bis.org/cpmi/publ/d154.htm>> [Accessed 9 July 2016]

Boden, R., 2015. Norway's Valyou NFC wallet to shut down due to lack of user adoption. *NFC World*, [online] 18 November. Available at: <<http://www.nfcworld.com/2015/11/18/339757/norways-valyou-nfc-wallet-to-shut-down-due-to-lack-of-useradoption/>> [Accessed 9 July 2016]

Bouwman, H., de Reuver, M., Solaimani, S., Daas D., Haaker, T., Janssen, W., Iske P., and Walenkamp, B., 2012. Business models tooling and a research agenda. In: *Proceedings of the 25th Bled eConference, eDependability: Reliable and Trustworthy eStructures, eProcesses, eOperations and eServices for the future (BLED 2012) – Special Issue*. Bled,

Slovenia, 17–20 June 2012.

Bouwman, H., Haaker, T., and De Vos, H., 2008. Mobile service innovation and business models. New York: Springer.