# BAB II LANDASAN TEORI

## Pembeli

Pembeli adalah individu atau entitas yang melakukan pembelian atau transaksi untuk memperoleh barang atau jasa dari penjual. Dalam konteks bisnis, pembeli adalah orang atau organisasi yang melakukan pembelian sebagai bagian dari kegiatan komersial. Mereka memainkan peran penting dalam proses ekonomi dengan mempengaruhi permintaan dan penawaran barang dan jasa. pembeli merupakan langkah mencakup perilaku seseorang, beberapa orang dan masyarakat yang terus berubah-ubah [7].

Perilaku pembeli juga dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, budaya, dan demografis. Sebagai contoh, motivasi pembelian dapat berkaitan dengan kebutuhan dasar, status sosial, pengaruh kelompok, atau preferensi pribadi. Berdasarkan beberapa pengertian dapat diartikan bahwa perilaku pembeli merupakan tindakan perorangan atau kelompok untuk mendapatkan, memakai dan mengolah produk [8].

## Merchant

Merchant adalah istilah yang mengacu pada individu, bisnis, atau organisasi yang menjual barang atau jasa kepada pembeli. Mereka adalah pihak yang menyediakan produk atau layanan yang dapat dibeli oleh konsumen atau pembeli bisnis [9].

Merchant bisa beroperasi dalam berbagai bentuk, termasuk toko fisik, toko *online*, pasar elektronik, atau *platform e-commerce*. Mereka dapat menjual berbagai jenis produk atau layanan, mulai dari barang konsumsi sehari-hari hingga barang-barang khusus atau layanan yang spesifik [3].

Merchant bertanggung jawab untuk menyediakan barang atau jasa yang diinginkan oleh pembeli, menjaga kualitas produk atau layanan yang mereka tawarkan, menentukan harga, dan menangani transaksi penjualan. Mereka juga dapat bertanggung jawab untuk memberikan layanan pelanggan, mengelola inventaris, dan mengelola aspek lain dari operasi bisnis mereka [9].

Dalam era digital dan perdagangan elektronik, *merchant* juga dapat mengintegrasikan sistem pembayaran elektronik, menggunakan platform e-commerce, atau menjalin kemitraan dengan penyedia layanan pembayaran *online* untuk memudahkan proses transaksi dan pembayaran [3].

Merchant berperan penting dalam ekosistem perdagangan dan memainkan peran yang krusial dalam memenuhi kebutuhan pembeli, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi [3].

Merchant dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan jenis bisnis atau platform yang mereka gunakan. Berikut adalah beberapa kategori umum untuk merchant:

1. *Merchant* Fisik

Merchant fisik adalah bisnis yang memiliki toko atau gerai fisik di lokasi tertentu [10]. Mereka biasanya menjual barang langsung kepada pelanggan di toko mereka. Contoh *merchant* fisik termasuk toko ritel, restoran, supermarket, atau toko pakaian.

1. *Merchant* *online*:

Merchant *online* adalah bisnis yang menjual produk atau jasa secara eksklusif melalui platform *online* [3]. Mereka tidak memiliki toko fisik dan transaksi dilakukan secara elektronik. Contoh *merchant online* termasuk toko *online*, *marketplace*, atau penyedia layanan digital.

1. *Merchant e-commerce*:

Merchant e-commerce adalah bisnis yang menjalankan operasi bisnis penuh melalui platform e-commerce [3]. Mereka mengelola situs web toko *online* mereka sendiri dan mengatur semua aspek bisnis, termasuk pemasaran, pengelolaan inventaris, dan logistik. Contoh *merchant* e-commerce termasuk Amazon, eBay, atau Shopify.

1. *Merchant* B2B:

Merchant B2B (*Business-to-Business*) adalah bisnis yang fokus pada penjualan produk atau jasa kepada bisnis lain daripada konsumen akhir [11]. Mereka biasanya terlibat dalam perdagangan grosir atau penjualan dalam jumlah besar. Contoh *merchant* B2B termasuk distributor, produsen, atau penyedia layanan profesional.

1. *Merchant* *Brick-and-Click*:

Merchant *brick-and-click* adalah bisnis yang menggabungkan operasi fisik dan *online*. Mereka memiliki toko fisik serta kehadiran *online* untuk menjual produk dan melayani pelanggan mereka. *Brick and Mortar* membutuhkan biaya yang lebih tinggi karena harus membayar sewa, listrik, air, dan perawatan toko. Sementara, *Click and Mortar* membutuhkan biaya untuk membangun dan memelihara situs web, tetapi memiliki biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan model bisnis tradisional [12]. Contoh *merchant brick-and-click* termasuk toko ritel besar yang memiliki toko fisik dan toko *online* mereka sendiri.

1. *Merchant global*:

Merchant global adalah bisnis yang melakukan operasi di tingkat internasional. Mereka menjual produk atau jasa mereka ke pelanggan di berbagai negara dan terlibat dalam perdagangan lintas batas. Contoh *merchant* global termasuk perusahaan multinasional yang memiliki jaringan bisnis global [13].

## Transaksi Online

Transaksi *online* merujuk pada proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk atau layanan yang dilakukan secara elektronik melalui internet [9]. Dalam transaksi *online*, pelanggan dan penjual berinteraksi melalui platform digital untuk memproses pembayaran dan pengiriman barang atau layanan.

Transaksi *online* dapat melibatkan berbagai jenis aktivitas, seperti pembelian produk di toko *online*, pemesanan tiket pesawat atau kereta api, pembayaran tagihan *online*, transfer uang antar rekening bank, dan banyak lagi. Pelanggan dapat mengakses platform e-commerce atau aplikasi perbankan melalui perangkat komputer, ponsel pintar, atau tablet untuk melakukan transaksi *online* [9].

Proses transaksi *online* umumnya melibatkan langkah-langkah berikut [3]:

1. Pencarian dan penelusuran, Pelanggan mencari produk atau layanan yang mereka inginkan melalui situs web atau aplikasi e-commerce.
2. Pemilihan, Pelanggan memilih produk atau layanan yang diinginkan dan menambahkannya ke keranjang belanja mereka.
3. Pembayaran, Pelanggan memilih metode pembayaran, seperti kartu kredit, transfer bank, atau dompet digital, dan memasukkan informasi yang diperlukan untuk memproses pembayaran.
4. Konfirmasi, Setelah pembayaran selesai, pelanggan menerima konfirmasi pembelian dan rincian pesanan melalui email atau notifikasi lainnya.
5. Pengiriman, Penjual mengatur pengiriman produk ke alamat yang ditentukan oleh pelanggan atau memberikan akses digital untuk layanan yang dipesan.
6. Evaluasi dan umpan balik, Setelah menerima produk atau layanan, pelanggan dapat memberikan umpan balik atau ulasan mengenai pengalaman transaksi mereka.

## E-Commerce

E-commerce (Electronic Commerce) adalah istilah yang merujuk pada aktivitas perdagangan atau transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet atau jaringan komputer. Dalam e-commerce, pembelian, penjualan, dan pertukaran produk atau layanan dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi [3].

E-commerce melibatkan penggunaan platform digital, seperti situs web, aplikasi mobile, atau media sosial, untuk menghubungkan pelanggan dengan penjual atau penyedia layanan. Transaksi e-commerce dapat mencakup berbagai kegiatan, seperti pembelian produk *online*, pemesanan tiket, pembayaran tagihan, transfer uang elektronik, dan banyak lagi [9].

E-commerce telah menjadi tren yang berkembang pesat, memberikan banyak keuntungan seperti kemudahan aksesibilitas, pilihan produk yang lebih luas, kemudahan perbandingan harga, dan kenyamanan berbelanja tanpa batasan geografis [9]. Namun, penting juga untuk memperhatikan keamanan data dan privasi dalam melakukan transaksi *online*.

## Pembayaran Online

Pembayaran *online* mengacu pada proses pembayaran yang dilakukan melalui internet menggunakan metode elektronik. Dalam pembayaran *online*, transaksi keuangan dapat dilakukan melalui berbagai platform, seperti situs web, aplikasi seluler, atau perangkat elektronik lainnya yang terhubung ke internet [14].

Metode pembayaran *online* dapat melibatkan penggunaan kartu kredit atau debit, transfer bank, dompet digital, atau layanan pembayaran *online* seperti PayPal, Alipay, atau Stripe. Pengguna biasanya perlu memasukkan informasi pembayaran mereka, seperti nomor kartu kredit atau rekening bank, untuk mengotorisasi dan melaksanakan transaksi [15].

Keuntungan pembayaran *online* termasuk kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan. Pengguna dapat melakukan pembayaran kapan saja dan di mana saja asalkan mereka memiliki akses internet. Ini juga mengurangi kebutuhan untuk membawa uang tunai atau cek fisik, serta memungkinkan transaksi dengan pedagang atau individu di seluruh dunia [14].

Pembayaran *online* mulai menjadi tren yang signifikan seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi digital. Meskipun sulit untuk menentukan titik awal pasti dari tren ini, beberapa tonggak penting dalam sejarah pembayaran *online* adalah [15]:

1990-an: Pada akhir 1990-an, dengan munculnya World Wide Web dan penyebaran internet yang semakin luas, beberapa perusahaan mulai menawarkan layanan pembayaran *online* yang mendasar seperti penggunaan kartu kredit melalui situs web [5].

1. Awal 2000-an: Seiring dengan pertumbuhan e-commerce, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah transaksi pembayaran *online*. Perusahaan-perusahaan seperti PayPal mulai menawarkan solusi pembayaran yang lebih aman dan nyaman.
2. Pertengahan hingga akhir 2000-an: Perkembangan teknologi dan platform e-commerce semakin memfasilitasi pembayaran *online*. Kemunculan dompet digital dan platform pembayaran seperti Alipay di Tiongkok, atau Apple Pay dan Google Wallet, memberikan opsi yang lebih luas bagi konsumen untuk melakukan pembayaran *online*.
3. 2010-an: Pembayaran *online* semakin berkembang dengan adopsi yang lebih luas di berbagai sektor, termasuk ritel, perhotelan, transportasi, dan layanan digital. Munculnya perusahaan fintech juga ikut mempercepat pertumbuhan pembayaran *online* dengan inovasi seperti dompet digital, transfer uang peer-to-peer, dan teknologi pembayaran baru.

Sejak saat itu, pembayaran *online* terus berkembang dan semakin populer di seluruh dunia. Trend ini diperkuat oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan transaksi *online*, kenyamanan yang ditawarkan oleh pembayaran *online*, dan kemajuan teknologi yang terus berlanjut [5].

## Integrasi Sistem

Integrasi sistem adalah proses menggabungkan atau menyatukan beberapa sistem yang berbeda menjadi satu kesatuan yang terintegrasi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kualitas dalam operasi bisnis atau organisasi [16].

Integrasi sistem melibatkan berbagai aspek, termasuk perangkat lunak, perangkat keras, dan infrastruktur teknologi informasi. Beberapa contoh integrasi sistem yang umum meliputi [16]:

1. Integrasi Basis Data

Menggabungkan beberapa basis data yang terpisah menjadi satu kesatuan yang terpusat. Hal ini memungkinkan akses yang lebih mudah dan efisien terhadap informasi yang diperlukan.

1. Integrasi Aplikasi

Menghubungkan atau menyatukan beberapa aplikasi perangkat lunak yang berbeda sehingga mereka dapat berinteraksi dan berbagi data antara satu sama lain. Misalnya, mengintegrasikan sistem manajemen keuangan dengan sistem manajemen persediaan untuk mengoptimalkan proses pengadaan dan pembayaran.

1. Integrasi Sistem Enterprise Resource Planning (ERP)

Mengintegrasikan semua fungsi bisnis inti seperti manufaktur, keuangan, sumber daya manusia, dan logistik menjadi satu sistem terpadu. Ini memungkinkan informasi yang saling terkait dan pemrosesan yang efisien di seluruh organisasi.

1. Integrasi Aplikasi Web

Menghubungkan aplikasi web yang berbeda agar dapat saling berinteraksi dan berbagi data secara real-time. Contohnya adalah mengintegrasikan sistem e-commerce dengan sistem manajemen persediaan dan sistem pembayaran.

1. Integrasi Cloud

Menggabungkan sistem yang berbasis cloud dari berbagai penyedia layanan cloud untuk memungkinkan akses dan kolaborasi yang mudah di seluruh platform [5].

## *Payment Gateway*

Payment gateway adalah sebuah sistem yang memfasilitasi dan mengelola proses pembayaran secara elektronik antara penjual (merchant) dan pembeli (customer) dalam transaksi *online*. Payment gateway bertindak sebagai perantara antara berbagai metode pembayaran seperti kartu kredit, kartu debit, transfer bank, dompet digital, dan lain-lain [5].

Fungsi utama *payment gateway* adalah memproses transaksi pembayaran dengan aman dan efisien. Ketika pelanggan melakukan pembelian di situs web atau aplikasi, informasi pembayaran mereka akan dikirim melalui *payment gateway* untuk verifikasi dan otentikasi. Setelah itu, *payment gateway* akan melakukan pemrosesan transaksi dengan pihak bank atau penyedia layanan pembayaran terkait. Jika transaksi diterima, pembayaran akan berhasil dan penjual akan menerima konfirmasi pembayaran [15].

Payment gateway juga menyediakan fitur keamanan untuk melindungi data pembayaran pelanggan. Informasi sensiPem sensitif seperti nomor kartu kredit atau data rekening bank dienkripsi agar tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Payment gateway juga dapat mengimplementasikan protokol keamanan seperti Secure Sockets Layer (SSL) untuk menjaga keamanan transmisi data [5].

Dengan adanya *payment gateway*, transaksi *online* menjadi lebih mudah, aman, dan efisien. Payment gateway memungkinkan penjual untuk menerima pembayaran dari berbagai metode pembayaran yang berbeda, sehingga meningkatkan fleksibilitas dan kemudahan bagi pelanggan dalam bertransaksi secara elektronik [14].

Ada pun berikut beberapa contoh *Payment Gateway* yang tersedia antara lain:

1. Midtrans [17]

Midtrans adalah salah satu perusahaan *payment gateway* yang terkemuka di Indonesia. Mereka menyediakan solusi pembayaran *online* yang aman dan terpercaya untuk bisnis e-commerce dan layanan digital. Midtrans memungkinkan penjual untuk menerima pembayaran melalui berbagai metode, seperti kartu kredit, kartu debit, transfer bank, dan dompet digital.

Sebagai *payment gateway*, Midtrans memiliki fitur-fitur yang memudahkan proses pembayaran, seperti integrasi yang mudah dengan platform e-commerce, kemampuan untuk mengelola transaksi, pemantauan real-time, serta sistem keamanan yang canggih untuk melindungi data pembayaran pelanggan. Midtrans juga menyediakan dashboard atau antarmuka yang intuitif bagi penjual untuk melihat dan mengelola riwayat transaksi serta laporan keuangan.

Selain itu, Midtrans juga telah terintegrasi dengan berbagai penyedia layanan finansial, seperti bank-bank lokal di Indonesia dan dompet digital populer, seperti OVO dan Gopay. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada penjual dalam menerima pembayaran dari berbagai metode yang digunakan oleh pelanggan.

Dengan menggunakan Midtrans sebagai *payment gateway*, penjual dapat meningkatkan kemudahan, keamanan, dan efisiensi dalam proses pembayaran *online*. Midtrans telah membangun reputasi yang kuat dalam industri pembayaran digital di Indonesia dan menjadi pilihan yang populer bagi banyak bisnis dalam mengelola transaksi pembayaran mereka.

1. Stripe [18]

Stripe adalah sebuah perusahaan fintech yang menyediakan layanan *payment gateway* yang populer di tingkat global. Mereka memungkinkan penjual untuk menerima pembayaran secara *online* melalui berbagai metode, termasuk kartu kredit, kartu debit, dan dompet digital.

Salah satu keunggulan utama Stripe adalah kemudahan penggunaannya. Mereka menyediakan integrasi yang mudah dengan platform e-commerce dan API yang lengkap untuk pengembang. Hal ini memungkinkan penjual untuk dengan cepat mengintegrasikan Stripe ke dalam toko *online* mereka dan mulai menerima pembayaran dengan sedikit kerumitan teknis.

Stripe juga menonjol dalam hal keamanan dan kepatuhan. Mereka memiliki standar keamanan yang tinggi untuk melindungi data pembayaran pelanggan dan menerapkan langkah-langkah untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan keuangan, seperti Standar Keamanan Data Kartu Pembayaran (PCI DSS).

Selain itu, Stripe menawarkan berbagai fitur tambahan yang berguna, seperti kemampuan untuk mengatur penagihan berulang (recurring billing), pembayaran dalam mata uang asing, serta kemampuan untuk melakukan analisis dan pelaporan transaksi secara terperinci.

Dengan menggunakan Stripe sebagai *payment gateway*, penjual dapat menghadirkan pengalaman pembayaran yang lancar, cepat, dan aman bagi pelanggan mereka. Stripe telah menjadi salah satu pilihan yang populer di kalangan bisnis e-commerce dan startup teknologi, memberikan solusi pembayaran yang handal dan inovatif di pasar global.

## *Payment Gateway Aggregator*

Payment gateway aggregator adalah sebuah platform atau layanan yang mengintegrasikan multiple *payment gateway* atau metode pembayaran ke dalam satu antarmuka terpusat [19]. *Agregator* ini bertindak sebagai perantara antara penjual (merchant) dan berbagai *payment gateway* yang berbeda, sehingga penjual tidak perlu mengelola integrasi secara terpisah dengan setiap *payment gateway*.

Fungsi utama *payment gateway aggregator* adalah menyediakan solusi yang terintegrasi untuk menerima pembayaran dari berbagai metode pembayaran yang ditawarkan oleh *payment gateway* yang terhubung. Dengan menggunakan *payment gateway aggregator*, penjual dapat menerima berbagai jenis pembayaran seperti kartu kredit, kartu debit, transfer bank, dompet digital, dan lain-lain, tanpa perlu melakukan integrasi secara terpisah dengan setiap *payment gateway* [6].

Keuntungan menggunakan *payment gateway aggregator* adalah meningkatnya fleksibilitas dalam memenuhi preferensi pembayaran pelanggan. Penjual dapat menawarkan beragam opsi pembayaran kepada pelanggan mereka, tanpa harus terbatas pada satu jenis *payment gateway* atau metode pembayaran tertentu. Hal ini memungkinkan penjual untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pengalaman berbelanja *online* [19].

Selain itu, *payment gateway aggregator* juga memudahkan penjual dalam mengelola proses pembayaran secara efisien. Penjual hanya perlu mengintegrasikan sistem dengan *payment gateway aggregator*, sehingga mengurangi kompleksitas administratif dan teknis dalam mengelola integrasi dengan setiap *payment gateway* secara terpisah. Payment gateway aggregator juga dapat menyediakan laporan transaksi yang terpusat, memudahkan penjual dalam melacak dan mengelola pembayaran [20].

Dengan adanya *payment gateway aggregator*, penjual dapat memanfaatkan keuntungan dari berbagai metode pembayaran yang ditawarkan oleh berbagai *payment gateway*, meningkatkan fleksibilitas, efisiensi, dan kepuasan pelanggan dalam proses pembayaran secara *online* [20].

## Hubungan *Payment Gateway* dan *Payment Gateway Aggregator*

*Payment Gateway Aggregator* merupakan entitas atau platform yang menggabungkan atau mengagregasi berbagai *Payment Gateway* atau penyedia layanan pembayaran dalam satu antarmuka tunggal. *Payment Gateway Aggregator* bertindak sebagai perantara antara bisnis atau organisasi dengan berbagai penyedia *Payment Gateway* yang berbeda [1].

Dalam konteks ini, *Payment Gateway Aggregator* bertanggung jawab untuk mengintegrasikan dan menyediakan akses ke berbagai *Payment Gateway* kepada bisnis. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menerima pembayaran dari pelanggan melalui berbagai metode pembayaran yang didukung oleh masing-masing *Payment Gateway* yang terhubung [4].

Dengan menggunakan *Payment Gateway Aggregator*, bisnis tidak perlu melakukan integrasi langsung dengan setiap penyedia *Payment Gateway* secara terpisah. Sebaliknya, mereka dapat mengintegrasikan *Payment Gateway Aggregator* ke dalam sistem mereka, dan *Payment Gateway Aggregator* akan menangani proses integrasi dan koneksi dengan berbagai *Payment Gateway* yang terhubung [4].

Dengan menggunakan *Payment Gateway Aggregator*, bisnis dapat mengelola berbagai metode pembayaran, seperti kartu kredit, debit, transfer bank, dan metode pembayaran elektronik lainnya, melalui satu antarmuka tunggal. Hal ini memberikan kemudahan dalam administrasi, pelaporan, dan manajemen transaksi pembayaran bagi bisnis [1].

Jadi, hubungan antara *Payment Gateway* dan *Payment Gateway Aggregator* adalah bahwa *Payment Gateway Aggregator* menggunakan berbagai *Payment Gateway* sebagai penyedia layanan pembayaran untuk memfasilitasi proses pembayaran bagi bisnis atau organisasi yang menggunakan platform mereka.

## Tabel State of the Art

Berikut adalah table State of The Art yang meliputi penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan

Tabel 2‑1 - Tabel State of the Art

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Nama Penulis** | **Judul** | **Masalah** | **Metode** | **Hasil** |
| 1 | 2022 | Fajrin M, Kautsar I, Aji S | Design and Build *Payment Gateway*s in Sharia-Based E-Commerce (Case Study: Murabahah Ijabqabul.Id Contract) | E-commerce di Indonesia meningkat 5 s.d 10 kali selama pandemi | Agile Development | Penelitian ini menghasilkan sistem *payment gateway aggregator* yang digunakan untuk e-commerce ijabqabul.id. |
| 2 | 2019 | Puspitasari T, Maulina D | Implementasi *Payment Gateway* Menggunakan Midtrans Pada Marketplace Travnesia.Com | Pembayaran dilakukan secara maual sehingga kurang efieisen | Perancangan: UML, Implementasi, Evaluasi | Digitalisasi memudahkan pembayaran baik dari sisi pengguna dan juga admin Travnesia.com. |
| 3 | 2021 | Sausi J, Mtebe J, Mbelwa J | Evaluating user satisfaction with the e-*payment gateway* system in Tanzania | Kurang efektif dari sisi administratif, adanya celah untuk admin melakukan korupsi, terbatasnya opsi pembayaran | Perancangan: UML, Implementasi, Evaluasi | Transaksi menjadi lebih efektif, kepercayaan pengguna semakin baik, tertutupnya celah korupsi dikarenakan data dicatat otomatis oleh sistem, banyak pilihan opsi pembayaran |

# DAFTAR PUSTAKA

[1] M. I. Fajrin, I. A. Kautsar, and S. Aji, “Design and Build *Payment Gateway*s in Sharia-Based E-Commerce (Case Study: Murabahah Ijabqabul.Id Contract),” *Procedia of Engineering and Life Science*, vol. 2, no. 2, Sep. 2022, doi: 10.21070/pels.v2i2.1262.

[2] T. M. M. Puspitasari and D. Maulina, “Implementasi *Payment Gateway* Menggunakan Midtrans Pada Marketplace Travnesia.Com,” *Mobile and Forensics*, vol. 1, no. 1, p. 22, Sep. 2019, doi: 10.12928/mf.v1i1.997.

[3] G. Tang, L. Wu, and L. Guo, “The impact of e-commerce platform merchants’ reputation on consumer decision making,” *E3S Web of Conferences*, vol. 292, p. 02023, Jan. 2021, doi: 10.1051/e3sconf/202129202023.

[4] J. Sausi, J. Mtebe, and J. Mbelwa, “Evaluating user satisfaction with the e-*payment gateway* system in Tanzania,” *SA Journal of Information Management*, vol. 23, Dec. 2021, doi: 10.4102/sajim.v23i1.1430.

[5] M. Hassan, Z. Shukur, and M. Hasan, “An Efficient Secure Electronic Payment System for E-Commerce,” *Computers*, vol. 9, p. 13, Aug. 2020, doi: 10.3390/computers9030066.

[6] S. Mukhopadhyay, S. Pingali, and A. Satyam, “Razorpay: Providing Payment Convenience to Disruptors,” 2021, pp. 237–260. doi: 10.4324/9781003155270-12.

[7] D. Sugiarti and R. Iskandar, “Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko Online Shopee,” *Jurnal Sosial Teknologi*, vol. 1, pp. 954–962, Sep. 2021, doi: 10.36418/jurnalsostech.v1i9.195.

[8] A. Ghoni and T. Bodroastuti, “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang),” *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, 2012.

[9] A. Frihatni, “Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Pakaian Tradisional dengan Pendapatan Bisnis Online,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, vol. 5, pp. 1–8, Apr. 2022, doi: 10.35326/jiam.v5i1.1980.

[10] Z. Zulkifli and M. Solot, “Pengaruh Customer Offline dan Customer Online Terhadap Penjualan Pada Toko 3 Second Plaza Mulia Samarinda”,” *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syari’ah*, vol. 7, p. 43, Feb. 2019, doi: 10.24903/je.v7i1.445.

[11] Д. Бабич, В. Иванова, and Л. Сайбонова, *THE ESSENCE OF B2B-SALES IN IT*. 2023. doi: 10.37539/230123.2023.35.38.007.

[12] M. Yudono *et al.*, “Perbandingan Brick and Mortar dan Click and Mortar,” Jan. 2023.

[13] B. Bangun, “STUDI SOSIO-LEGAL TERHADAP PENGATURAN DAN POLA PERDAGANGAN LINTAS BATAS NEGARA DI POS LINTAS BATAS NEGARA (PLBN) ENTIKONG,” *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, vol. 8, pp. 139–160, Jan. 2022, doi: 10.23887/jkh.v8i1.43606.

[14] R. Rachman and R. Oktavianti, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk Unipin),” *Prologia*, vol. 5, no. 1, pp. 148–153, Mar. 2021, doi: 10.24912/pr.v5i1.8200.

[15] D. A. Lestari, E. D. Purnamasari, and B. Setiawan, “Pengaruh *Payment Gateway* terhadap Kinerja Keuangan UMKM,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, Sep. 2020, doi: 10.47747/jbme.v1i1.20.

[16] D. Wahyuningsih, P. Romadiana, and L. Tommy, “Integrasi Sistem Organisasi Mahasiswa Atma Luhur Dengan Pendekatan Service Oriented Architecture,” 2020.

[17] T. M. M. Puspitasari and D. Maulina, “Implementasi *Payment Gateway* Menggunakan Midtrans Pada Marketplace Travnesia.Com,” *Mobile and Forensics*, vol. 1, no. 1, p. 22, Sep. 2019, doi: 10.12928/mf.v1i1.997.

[18] D. Account, “This is test MS 6 Feb ENG-1606 Testing Stripe Payment for Prepaid Credits,” *JMIR Form Res*, Feb. 2023, doi: 10.2196/45971.

[19] A. Nabila, F. Oktavianti, and N. Putri, “Using Paypal As E-Payment In The International Payment System,” *ASIAN Economic and Business Development*, vol. 4, pp. 14–19, Jun. 2022, doi: 10.54204/AEBD/Vol4No1July2022003.

[20] S. Markovich, N. Achwal, and E. Queathem, “Stripe: Helping Money Move on the Internet,” *Kellogg School of Management Cases*, pp. 1–12, Oct. 2017, doi: 10.1108/case.kellogg.2021.000073.