

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini masyarakat sangatlah bergantung dengan internet. Penggunaan internet dari rumah meningkat pesat di masa pandemi virus corona. Hal tersebut didorong kebijakan yang mengharuskan masyarakat beraktivitas dirumah. (Liputan6.com, 2020) Ekonomi global saat ini sedang pada titik puncak perubahan besar yang sebanding besarnya dengan munculnya revolusi industri pertama atau perkembangan perakitan produksi, atau bahkan penemuan mikrochip. Kemajuan teknologi memungkinkan terjadinya otomatisasi hampir di semua bidang. Sementara itu, kepemilikan perangkat pintar di berbagai bagian dunia mengarah pada tingkat keterkaitan satu sama yang lain yang tak terbayangkan sebelumnya. Di antara berbagai tantangan yang sedang dihadapi dunia saat ini, mungkin yang paling besar adalah bagaimana membentuk Revolusi Industri keempat (disebut juga sebagai Industri 4.0). Bidang ekonomi pada revolusi industri 4.0 saat ini sedang pada perubahan besar pada kemajuan teknologi memungkinkan otomatisasi hampir disemua bidang. Diantara tantangan yang sedang dihadapi pada saat ini, teknologi yang menggabungkan dunia fisik, digital dengan cara yang fundamental mengubah umat manusia, sejauh mana transformasi ini akan berdampak positif. (Ridwan, dkk , 2021).

Digitalisasi produk dan jasa keuangan saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat untuk transaksi yang cepat, efisien dan aman khususnya

selama masa pandemi covid 19. Kaum milenial merupakan motor penggerak utama digitalisasi di sektor jasa keuangan sehingga diperlukan kegiatan edukasi dan literasi yang lebih masif mengenai digitalisasi produk dan layanan jasa keuangan (Kanalsatu.com, 2020).

Kinerja perbankan dimasa pandemi menghadapi tantangan yang sangat berat. Krisis kesehatan ini pun menggerogoti pendapatan dan profitabilitas bank. Walaupun dari sisi laba tertekan bank bank besar masih mampu mencatatkan pertumbuhan aset dilansir dari (Finansialbisnis.com, 2021) lima bank terbesar ditinjau air yaitu:

Tabel 1. 1 Aset Bank Terbanyak Di Indonesia

1.	BRI (dengan aset 1447,85 triliun)
2.	Mandiri (dengan aset 1405,85 triliun)
3.	BCA (dengan aset 1003,64 triliun)
4.	BNI (dengan aset 916,95 triliun)
5.	BTN (dengan aset 356.97 triliun)

Sumber: Finansialbisnis.com, 2021

Salah satu bank besar yang ada di Indonesia yaitu BRI. Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895. (Bri.co.id)

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu Bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terbesar dan tersebar di seluruh pelosok tanah air. Dedikasinya dalam menyumbang pendapatan untuk negara tidak dapat dianggap enteng karena setiap tahunnya BRI selalu membukukan keuntungan yang cukup signifikan. BRI juga turut berpartisipasi dalam program

pemerintah Branchless Banking (Bank tanpa Kantor) dengan nama BRILink. Pada tahun 2012 Pemerintah beserta Bank Indonesia telah mempersiapkan penganan Branchless Banking atau layanan perbankan tanpa mengandalkan kantor cabang dan menggunakan teknologi untuk mencapai para nasabahnya. (.simulasikredit.com, 2022)

Menindaklanjuti hal tersebut pada tahun 2015 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menjadi otoritas dalam pengawasan perbankan dan lembaga keuangan, kemudian meluncurkan program LAKU PANDAI (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif). Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kemudian menindaklanjuti layanan ini menggunakan dengan meluncurkan Program BRILink. Hal ini tentu sangat menguntungkan bagi BRI karena BRI memiliki nasabah di seluruh Indonesia hingga ke daerah pelosok negeri. Dengan BRILink, BRI bisa mencapai nasabahnya yang berada di area yang terpencil, tanpa harus membangun kantor di area tersebut. Individu yang melayani usaha BRILink inilah yang dinamakan dengan Agen BRILink. (.simulasikredit.com, 2022)

Melalui Agen BRILink, nasabah Bank BRI dapat melakukan berbagai transaksi seperti :

1. Isi ulang pulsa
2. Pembayaran listrik pra bayar
3. Pembayaran Finance FIF, BAF, WOM dan OTO
4. Setor uang tunai
5. Tarik uang tunai (Menggunakan kartu ATM), dan lain-lain

6. Syarat Menjadi Agen BRILink

BRILink dijalankan oleh Individu yang kemudian disebut sebagai Agen BRILink. Agen BRILink adalah masyarakat biasa, bukan pegawai Bank BRI. Dengan syarat syarat menjadi agen BRILink sebagai berikut:

A. Warga Negara Indonesia, yang sudah menjadi nasabah Bank BRI

Berdomisili di wilayah yang sama dengan Kantor Wilayah dimana kita mengajukan permohonan. Jika tinggal di Jambi, misalnya dapat mendaftarkan diri di Kantor Wilayah Bank BRI di Jambi. Demikian jika tinggal di Kabupaten, harus mendaftarkan diri ke Kantor Wilayah BRI yang mengurus Kabupaten tersebut. Jika bingung dimana kantor Wilayah Bank BRI di daerah, tanyakan saja di kantor bank BRI yang terdekat dengan tempat tinggal.

B. Memiliki Surat Izin Usaha dan memiliki usaha minimal 1 tahun

Status tempat usaha adalah Milik Sendiri. Atau jika menyewa Toko, lama waktu sewa yang di ambil adalah minimal satu tahun, dan jika kurang dari satu tahun, anda harus melampirkan surat perpanjangan sewa sehingga minimal menempati tempat tersebut minimal selama satu tahun.

C. Mengisi formulir permohonan dan menandatangani Surat Perjanjian

Memiliki Rekening dan ATM BRI yang diisi sejumlah saldo yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi. Transaksi Agen BRILink dapat dilakukan melalui mesin EDC (Electronic Data Capture) namun saat ini juga dapat dilakukan melalui handphone lewat aplikasi BRI Mobile.

Adapun Keuntungan Menjadi Agen BRILink yaitu agen telah merasakan keuntungan hingga jutaan rupiah per bulan dari usaha BRILink yang mereka jalankan. Namun tidak hanya berupa keuntungan, agen BRILink juga memperoleh asuransi yang memproteksi Agen atas kecelakaan maupun kebakaran tempat usaha yang merangkap tempat tinggal. Adapun nilai pertanggungan untuk kecelakaan diri dan cacat tetap sebesar 2,5 juta, tunjangan pendidikan dan santunan pendapatan sebesar 1 juta, santunan duka Rp.500 ribu dan asuransi kebakaran sebesar 25 Juta. (.simulasikredit.com, 2022)

Untuk menjadi Agen, ada beberapa hal yang perlu diantisipasi, yaitu :

1. Ada sejumlah dana yang dibekukan sebagai jaminan dari mesin EDC. Dana yang diperlukan adalah sebesar Rp.3.000.000 jika memiliki rekening tabungan namun tidak memiliki rekening pinjaman. Dan sebesar Rp.500.000 jika anda memiliki rekening pinjaman di BRI. Selama menjadi agen, dana tersebut akan ditahan dan dapat dicairkan kembali ketika yang bersangkutan sudah tidak menjadi Agen lagi.
2. BRILink sama seperti usaha lainnya, ia membutuhkan modal usaha agar bisa berjalan. Sehingga anda disarankan untuk mempersiapkan sejumlah dana sebagai modal. Jangan salah paham bahwa Bank BRI akan menyediakan dana untuk anda. Bank BRI hanya akan menyerahkan mesin EDC kepada calon agen. Bagaimana selanjutnya usaha BRILink yang jalankan, itu kembali sepenuhnya kepada para agen masing masing.

3. BRI Menetapkan target transaksi kepada para Agen BRILink. BRI menetapkan target minimal sebanyak 200 transaksi per bulan dan jika kurang akan dikenakan penalty. Target transaksi ini diberlakukan setelah melewati grace period selama 6 bulan (.simulasikredit.com, 2022).

PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. mencatat pertumbuhan jumlah agen BRILink telah mencapai lebih dari enam kali lipat selama kurun waktu lima tahun. Hal tersebut berdampak pada perolehan pendapatan berbasis komisi atau *fee based income* dari transaksi tersebut yang juga meningkat pesat. Direktur utama Sunarso menyebut jumlah agen BRILink saat ini telah mencapai 504.233 agen. Jumlah agen tersebut meningkat pesat dibandingkan dengan lima tahun sebelumnya yang hanya 75.000 agen. transaksi finansial tercatat mencapai 727,62 triliun pada tahun 2020. Nilai transaksi tersebut naik 8 persen dari tahun 2019 senilai 673 triliun. (Finansialbisnis.com, 2021)

Peneliti memilih nasabah BRILink sebagai subjek penelitian karena BRILink terus memperluas akses layanan keuangan melalui agen *branchless banking* yakni agen BRILink yang hingga juni 2020 BRILink telah memiliki lebih dari 504.533 agen (Liputan6.com, 2020). Berdasarkan fenomena yang terjadi di Kabupaten Purbalingga dengan adanya layanan BRILink belum tentu menjamin masyarakat menggunakan layanan perbankan tersebut. Akan tetapi dalam perjalanannya masyarakat mulai menyadari keunggulan BRILink di segi kemudahan bertransaksi salah satunya dengan akses jarak tempat tinggal yang jauh BRILink dapat mempermudah akses perbankan.

Pertumbuhan BRILink sangatlah pesat di Kabupaten Purbalingga menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan BRILink cukup tinggi.

Para agen BRILink harus memperhatikan bagaimana konsumen memiliki ketertarikan dengan layanan BRILink sehingga terbangunlah loyalitas. Menurut Kotler dan Keller, (2019) loyalitas adalah komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi usaha pemasar berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan jangka panjang Kotler dan Keller, (2019) Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya yaitu *word of mouth* yang dapat terjadi saat memberikan pengalaman atau bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada kerabat, keluarga maupun orang lainnya Oliviana, dkk (2019) secara tidak langsung apabila seseorang sudah merekomendasikan dan tertarik maka loyalitas terbangun dengan sendirinya.

Salah satu faktor yang menarik loyalitas pelanggan yaitu *word of mouth* . Menurut Kotler & Keller, (2019) menyatakan *Word of Mouth* adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa. *Word of mouth* yang dapat menjadi metode promosi yang efektif karena umumnya disampaikan dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen Oliviana, dkk (2017). Berdasarkan hasil

penelitian oleh Anggraini, (2020), Huda dan Nugroho, (2020) *Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam menentukan loyalitas pelanggan konsumen juga akan memperhitungkan kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2007) dalam Mercuri, dkk (2020), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan penelitian dari Sinurat, dkk (2017), Putra dan Ekawati, (2017), Sadiq dan Laela, (2019) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hasil penelitian dari Hidayat dan Firdaus, (2016) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu *brand image*. Menurut Tjiptono (2016) dalam Mukminin dan Latifah, (2020), citra merek menggambarkan kepercayaan konsumen asosiasi kepada merek tertentu. Pada umumnya, pelanggan akan memakai produk dengan merek terkenal, karena pelanggan aman dengan sesuatu yang mereka ketahui. Berdasarkan penelitian dari Putra dkk (2017), Oliviana, dkk (2017), (Sadiq dan Laela, (2019) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian dari Sinurat, dkk (2017), *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian Sadiq dan Laela, (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Negara Indonesia” dimana peneliti

menambahkan variabel *word of mouth* dari penelitian terdahulu oleh Oliviana, dkk (2017), dengan judul Pengaruh *Brand Image* dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada RM Dahsyat Wanea. Dan peneliti menggunakan subjek yang berbeda dikarenakan moda layanan BRILink merupakan layanan yang sangat baik untuk menjangkau seluruh pelosok negeri yang kesulitan dalam urusan perbankan.

Sedangkan peneliti memilih subjek penelitian studi pada masyarakat, dikarenakan pengguna BRILink di masyarakat kabupaten Purbalingga sangatlah tinggi peminatnya. Dengan adanya BRILink masyarakat dipermudah akses perbankan yang seharusnya pergi ke bank langsung bisa ke agen BRILink tanpa harus repot repot ke bank secara langsung. Berdasarkan analisis dan yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan BRILink (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Purbalingga)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah *word of mouth* kualitas pelayanan dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga?
2. Apakah luas *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga?
4. Apakah *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti bertujuan:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara bersamaan *word of mouth* kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga.
2. Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga
4. Untuk menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan BRILink di Purbalingga

D. Pembatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu *word of mouth*, kualitas pelayanan, *brand image* dan 1 variabel dependen yaitu loyalitas.

2. Penelitian ini hanya berasal dari subjek pengguna BRILink yang ada di 5 kecamatan yang ada di Purbalingga yaitu kecamatan Pengadegan, Kaligondang, Purbalingga, Kemangkon, Bukateja.
3. Penelitian ini akan dilaksanakan pada periode bulan November 2021 sampai dengan Juni 2022.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Agen BRI Link

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi perusahaan sebagai acuan khususnya peningkatan pelayanan perusahaan guna mendukung loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan sumber informasi untuk mengetahui bagaimana cara perusahaan melakukan pelayanan terhadap nasabahnya dan sebagai wawasan bagaimana cara perusahaan memperlakukan pelanggannya.

3. Bagi Penulis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan sekaligus mengaplikasikan ilmu yang di dapatkan selama perkuliahan khususnya mengenai variabel *word of mouth*, kualitas pelayanan, *brand image* dalam loyalitas pelanggan.
- b) Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto.