

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Perbankan merupakan salah satu sektor penting bagi perkembangan keuangan Negara, karena dengan bank dapat menyalurkan dana dari pihak penyimpan ke pihak yang membutuhkan dana, dengan begitu maka bank mampu membantu menopang perekonomian nasional. Selain sebagai lembaga penyalur, bank juga mempunyai fungsi lainnya yaitu sebagai pihak penyedia layanan dan penyelenggara layanan keuangan. Mardani (2015) mengatakan bahwa “Lembaga perbankan merupakan sebuah lembaga yang dan memberikan pelayanan pengiriman uang.” Perbankan melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang dari nasabah, melakukan penyimpanan uang, dan menyalurkan uang kepada masyarakat, dalam fungsinya perbankan sebagai lembaga intermediasi sangat berperan penting dalam meningkatkan akses keuangan bagi masyarakat.

Dunia perbankan semakin hari semakin berkembang pesat, dengan munculnya berbagai bank-bank baru, baik bank yang dikelola oleh negara maupun bank yang dikelola oleh pribadi. Dengan adanya hal tersebut maka pelaku usaha perbankan dituntut untuk mampu mempunyai daya saing yang tinggi. Tidak hanya sumberdaya yang terampil dan manajemen yang efektif tetapi dibutuhkan pula sarana, fasilitas dan teknologi pemasaran yang baik. Dengan adanya daya saing yang tinggi mendorong para pelaku bisnis di bidang perbankan untuk terus melakukan terobosan dan inovasi agar perusahaan yang dikelola mampu berkembang dan bertahan untuk mencapai tujuan perusahaan, salah satu lembaga bank di Indonesia yaitu bank BRI.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank terbesar yang ada di Indonesia milik pemerintah. Bank BRI didirikan pada tanggal 16 Desember 1895 di Purwokerto. Produk-produk bank BRI antara lain adalah Tabungan, Giro BRI, Deposito, Pinjaman Mikro, Rekening Dana Nasabah (RDN), Pinjaman Ritel Komersial dan Menengah, Pinjaman Program, Pinjaman BRI Guna, Internasional, KUR, Jasa Bisnis, Jasa Kelembagaan, Jasa Keuangan, Kartu Kredit, Treasury, E-Banking, Kredit Pemilikan Rumah, dan Kredit Kendaraan Bermotor.

Para pelaku pengusaha bank terus berlomba-lomba untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan terus berinovasi agar dapat memberikan kesan yang baik terhadap nasabah sehingga nasabah memiliki persepsi yang baik mengenai bank dan memberikan kepercayaannya kepada bank tersebut. Begitu pula dengan bank BRI, bank BRI telah melakukan terobosan baru dengan menggandeng para nasabah untuk ikut menjadi salah satu bagian dari bank BRI yaitu BRILink.

BRILink merupakan salah satu perluasan pelayanan yang dilakukan oleh bank BRI dimana nasabah berperan sebagai agen untuk melayani transaksi perbankan nasabah yang belum terlayani oleh bank. Cara kerjanya adalah dengan menggunakan fitur EDC Mini ATM dan aplikasi digital dari BRILink. Dengan menggunakan konsep sharing fee setiap transaksi pada agen BRILink akan dikenakan biaya tambahan admin. Dari biaya admin tersebut akan dibagi hasil atau keuntungan antara pihak Bank BRI dengan agen BRILink.

Agen BRILink adalah nasabah bank BRI yang mempunyai rekening dan tabungan di bank BRI. Agar bisa mendaftar sebagai agen BRILink harus memenuhi beberapa syarat yaitu bukan badan hukum, memiliki rekening simpanan di bank BRI minimal 5.000.000 sebagai dana operasional yang akan dibekukan selama menjadi

agen BRILink, memiliki usaha minimal 2 tahun, memiliki surat keterangan usaha, dan belum terdaftar sebagai agen dari bank lain. Alasan nasabah tertarik menjadi agen BRILink karena beberapa faktor yang mendukung dan mempengaruhi keputusan yaitu faktor reputasi bank, kualitas layanan, dan persepsi nasabah yang tercipta di dalam bank BRI.

Suganda (2018) mengatakan bahwa “Reputasi berhubungan dengan sejarah atau riwayat perusahaan terutama hubungannya dengan perusahaan lain, apakah memiliki hubungan yang lebih atau tidak.” Reputasi bank atau perusahaan, merupakan persepsi yang dibangun dari kinerja sumber daya manusia di perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi reputasi yang positif dan berkepanjangan, dibutuhkan tenaga kerja yang terampil dan memiliki kemampuan untuk menciptakan, membangun, dan memelihara hubungan yang baik antar konsumen maupun perusahaan lain. Reputasi bank perlu diperhatikan bagi nasabah calon agen BRILink karena dengan reputasi bank yang baik atau buruk akan berpengaruh terhadap konsumen yang akan menggunakan jasa dari bank tersebut.

Selain reputasi bank, kualitas layanan juga merupakan salah satu faktor yang akan menentukan keputusan nasabah untuk menjadi agen BRILink. Menurut Jimanto et al (2014) kualitas layanan adalah “Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh produsen untuk konsumennya guna mencapai kepuasan konsumen yang diinginkan sehingga akan mendatangkan citra positif bagi perusahaan”

Kualitas layanan akan mempengaruhi nasabah dalam bergabung menjadi agen BRILink, karena dengan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah calon agen BRILink akan mempengaruhi penilaian yang timbul di benak nasabah mengenai bank tersebut. Kualitas layanan haruslah dipertahankan dan ditingkatkan dalam melakukan pelayanan kepada para nasabah. Karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik nasabah akan merasa puas dan akan menciptakan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Jika nasabah mendapatkan pelayanan yang baik melebihi yang mereka harapkan maka kepercayaan nasabah terhadap bank juga akan meningkat.

Keputusan nasabah untuk menjadi agen BRILink juga ditentukan oleh persepsi nasabah terhadap bank BRI. Astuti & Mustikawati (2013) mengatakan bahwa “persepsi sebagai suatu proses yang diawali oleh suatu stimuli yang mengenai indra manusia untuk kemudian dilakukan respon.” Persepsi merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap sesuatu, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi tertentu. Faktor pengalaman, proses belajar, dan pengetahuan akan mempengaruhi persepsi orang terhadap situasi tertentu karena akan memberikan struktur gambaran terhadap apa yang dilihat. Persepsi akan terbentuk dari imajinasi, karena dengan imajinasi tersebut akan memberikan kita pengetahuan tentang dunia luar. Persepsi juga bersifat statis atau berubah-ubah.

Keberadaan agen BRILink ini akan sangat membantu bagi nasabah yang kesulitan mengakses lokasi kantor bank. BRILink merupakan salah satu inovasi pemasaran yang bagus oleh bank BRI, karena dengan adanya BRILink baik nasabah maupun agen BRILink akan sama-sama diuntungkan. Secara tidak langsung keberadaan BRILink telah membantu mendorong kemajuan ekonomi nasional karena telah menciptakan UMKM baru bagi masyarakat. Keagenan BRILink semakin hari

semakin bertambah banyak yang tersebar di berbagai kota di Indonesia salah satunya di Kabupaten Magetan. Dibuktikan dengan data jumlah agen BRILink lima tahun terakhir di Kabupaten Magetan sebagai berikut :

Table 1 Data jumlah agen BRILink 5 tahun terakhir

No.	Tahun	Jumlah Agen BRILink Kab. Magetan
1.	2018	60
2.	2019	98
3.	2020	120
4.	2021	154
5.	2022	173

Sumber : Pengurus BRILink cabang Kab. Magetan

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan peneliian terhadap permasalahan yang timbul didalam proses keagenan BRILink di dalam pengambilan keputusan untuk menjadi agen BRILink melalui judul. “Pengaruh Reputasi Bank, Kualitas Layanan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan”

## B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang tersebut maka perumusan masalah yang ingin dikaji oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan?

2. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan?
4. Bagaimana pengaruh Reputasi Bank, Kualitas Layanan, dan Persepsi Nasabah secara simultan terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan?

### **C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **a. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi Bank terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Reputasi Bank, Kualitas Layanan, dan Persepsi Nasabah secara simultan terhadap Keputusan Menjadi Agen BRILink di Magetan.

## **b. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak peneliti dicapai, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam bidang ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi organisasi**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan maupun pertimbangan bagi pihak bank BRI untuk terus melakukan terobosan dan meningkatkan kinerja bank, khususnya pada bidang BRILink.

### **2. Bagi peneliti**

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman untuk peneliti di bidang perbankan agar bermanfaat untuk masa depan.

### **3. Bagi penelitian yang akan datang**

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan maupun referensi untuk penelitian yang akan datang, didunia perbankan khususnya BRILink

