

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan ekonomi, seseorang akan melakukan suatu hal yang disebut dengan transaksi. Bentuk transaksi pada zaman dahulu adalah transaksi barter atau dapat dikatakan pertukaran barang dan barang dengan bertemunya secara langsung antara penjual dan pembeli yang saling terikat dengan kebutuhan masing-masing. Sampai dengan saat ini dengan pesatnya perkembangan teknologi, transaksi dapat dilakukan dengan atau tanpa bertatap muka antara penjual dan pembeli. Dalam hal pembayaran pun saat ini segala sesuatunya dapat dilakukan secara online.

Pembayaran secara online yang didukung oleh perkembangan teknologi saat ini sudah merambah pada setiap kebutuhan masyarakat, mulai dari transaksi transfer untuk memindahbukukan dana dari satu pihak ke pihak lain. Pembayaran layanan pendukung kebutuhan manusia seperti tagihan listrik, telepon, pembayaran asuransi dan lain sebagainya.

Untuk memenuhi kebutuhan bertransaksi masyarakat tersebut. Saat ini banyak perusahaan yang meluncurkan produk bisnis keagenan untuk penyedia jasa layanan transaksi. Hal itu didukung oleh diluncurkannya program dari Otoritas Jasa Keuangan pada bulan Maret 2015 yang disebut dengan LAKU PANDAI (Layanan Keuangan Tanpa Kantor untuk Keuangan Inklusif). Program tersebut dapat memudahkan masyarakat awam untuk melakukan transaksi

keuangan. Karena dengan adanya produk LAKU PANDAI masyarakat tidak perlu datang langsung ke Kantor Bank maupun Kantor Pembayaran lainnya untuk melakukan transaksi keuangan.

Beberapa perusahaan perbankan meluncurkan produk-produk yang mendukung program dari Otoritas Jasa Keuangan tersebut dengan sistem keagenan. Beberapa contoh produk dari program LAKU PANDAI tersebut diantaranya :

Tabel 1.1
Daftar Nama Produk Laku Pandai

NO	NAMA BANK	PRODUK LAKU PANDAI
1	BRI	AGEN BRILINK
2	BANK MANDIRI	AGEN MANDIRI
3	BNI	AGEN46
4	BTN	AGEN GRIYA BAYAR BANK BTN
5	BTPN	BTPN WOW!
6	BCA	LAKU BCA
7	BPD KALTIM	LAKU PANDAI BANK KALTIM
8	BANK SINARMAS	LAKU PANDAI BANK SINARMAS
9	BANK BUKOPIN	B-TUNAI
10	BRI SYARIAH	BRISSMART
11	BANK SAHABAT SAMPOERNA	TABUNGAN SAKU
12	BANK JABAR BANTEN	BJB BISA
13	BANK JATENG	DUTA BANK JATENG
14	BTPN SYARIAH	BTPN WOW! IB
15	BANK DANAMON	LAKU PANDAI BANK KALTIM
16	BANK RIAU KEPRI	LAKU PANDAI BANK RIAU KEPRI
17	BANK ARTHA GRAHA INT.	ARTHA GRAHA LAKU PANDAI
18	BANK JATIM	BANK JATIM SIPANDAI
19	BPD NTB	LAKU PANDAI PT BANK NTB
20	BPD NTT	LAKU PANDAI BPD NTT
21	BPD LAMPUNG	JEJAMA BANK LAMPUNG
22	BPD SUMSEL BABEL	LAKU PANDAI BANK SUMSEL BABEL
23	BPD BALI	MAILAKU BPD BALI

Lanjutan Tabel 1.1
Daftar Nama Produk Laku Pandai

NO	NAMA BANK	PRODUK LAKU PANDAI
24	BPD BENGKULU	BABE PANDAI
25	BPD JAMBI	TABUNGAN SIGINJAI LAKU PANDAI
26	BPD KALBAR	LAKU PANDAI
27	BPD DIY	BANK BPD DIY LAKU PANDAI
28	NOBU BANK	NOBU BANK 88

Sumber Data yang diolah : Website Otoritas Jasa Keuangan

Salah satu produk laku pandai yang ada di Kabupaten Jombang adalah Agen BRILink yang dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Di Kabupaten Jombang pada bulan Juni 2019 terdapat 2.337 Agen BRILink yang tersebar di hampir setiap desa. Keberadaan Agen BRILink ini cukup membantu masyarakat dalam hal kebutuhan melakukan transaksi keuangan.

Dengan jumlah Agen BRILink yang cukup banyak di Kabupaten Jombang dan juga Agen dari bank lain yang juga ada di Jombang. Maka kemungkinan terjadi persaingan antara agen yang menyediakan jasa layanan keuangan cukup ketat. Untuk itu perlu adanya keunggulan dari masing-masing agen. Salah satunya adalah dalam hal kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2005) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Selain dari sisi pelayanan, yang harus ditingkatkan adalah adanya promosi yang dilakukan oleh agen dalam memperkenalkan layanan yang disediakan dalam usahanya. Menurut Swastha dan Irawan (2005) pada hakekatnya promosi adalah

suatu wujud komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan. Jadi ketika agen melakukan promosi dengan tepat maka dimungkinkan akan meningkatkan jumlah pelanggan.

Agen BRILink pada dasarnya adalah orang yang sudah memiliki usaha. Baik itu berupa toko kelontong, warung, toko pulsa dan elektronik maupun pelaku usaha online. Adanya layanan Agen BRILink ini dimaksudkan untuk semakin menambah pelanggan yang datang ke usahanya. Dan juga dapat meningkatkan omzet penjualan usaha utamanya.

Bank BRI sudah menetapkan standart transaksi minimal 200 transaksi per bulan pada setiap agen, memiliki fitur transaksi yang sama dan diberikan Materi Komunikasi berupa Banner dengan standart tampilan yang sama. Namun transaksi yang dihasilkan oleh masing-masing Agen sangat beragam. Salah satu agen dengan transaksi yang cukup tinggi adalah Muhamad Ahan Harisa dengan rata-rata 1800 transaksi per bulan.

Tabel 1.2

Data Pencapaian Jumlah dan Nominal Transaksi

Agen BRLink Muhamad Ahan Harisa Mojowarno Jombang

NO	BULAN	TARGET TRANSAKSI	PENCAPAIAN TRANSAKSI	PROSENTASE PENCAPAIAN	NOMINAL TRANSAKSI
1	JANUARI	200	2.071	1036%	Rp3.078.067.214
2	FEBRUARI	200	1.647	824%	Rp2.818.291.799
3	MARET	200	1.709	855%	Rp3.675.164.441
4	APRIL	200	2.212	1106%	Rp3.322.516.198
5	MEI	200	1.814	907%	Rp3.815.647.400

Sumber : Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa

Data pencapaian jumlah dan nominal transaksi diatas menunjukkan bahwa transaksi yang dihasilkan oleh Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa cukup tinggi melampaui dari target yang telah ditetapkan oleh Bank BRI. Pada bulan Januari dan April 2019 mencapai lebih dari 1.000% .

Kualitas layanan yang diberikan oleh Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan transaksi yang dihasilkan menjadi sangat tinggi melampaui dari target yang telah ditetapkan. Bangunan toko, suasana , fasilitas dan sikap serta penampilan Agen dan karyawan yang dimiliki oleh Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa dapat melampaui harapan pelanggan. Menurut Kotler, (2005) kualitas layanan ialah suatu model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan terhadap suatu layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut kemulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Promosi yang dilakukan oleh Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa melalui promosi di media sosial *Whatsapp* dan juga brosur yang dibagikan baik di tempat usaha maupun di Kantor Bank BRI Unit Mojowarno dapat mempengaruhi calon-calon pelanggan dan juga pelanggan dari Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa. Menurut Rhenald Kasali , (2010) promosi adalah suatu teknik komunikasi yang telah dirancang untuk menstimulasi konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan dari promosi adalah meningkatkan penjualannya.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh H. Ade Sarwita (2017) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada BPR Majalengka hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas layanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Efektifitas Promosi terhadap Keputusan Bertransaksi di Agen BRILink Muhammad Ahan Harisa Mojowarno Jombang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Bertransaksi di Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa Mojowarno Jombang?
2. Apakah variabel efektifitas promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Bertransaksi di Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa Mojowarno Jombang?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah ditujukan untuk menghindari penyimpangan ataupun pelebaran pokok masalah sehingga penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini hanya pada Kualitas Layanan, Efektifitas Promosi dan Keputusan Pembelian (Bertransaksi).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Bertransaksi di Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa Mojowarno Jombang?
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel efektifitas promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Bertransaksi di Agen BRILink Muhamad Ahan Harisa Mojowarno Jombang?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan penerapan ilmu manajemen pemasaran terutama tentang pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan arah kebijakan khususnya untuk keagenan. Bagi masyarakat dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melaksanakan penelitian.

