

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang seperti *transfer* uang ke bank lain atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.<sup>1</sup> Jadi bank adalah tempat untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan pinjaman dalam bentuk kredit pada masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Era globalisasi yang terjadi saat ini telah melahirkan perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang. Seiring berjalannya perubahan tersebut berdampak pada pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern yang saat ini sangatlah pesat. Perkembangan ekonomi global dan teknologi modern memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis, cepat, dan ekonomis. Memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi, lebih cepat dalam mendapatkan informasi dan melalui internet masyarakat dapat berbelanja dan bertransaksi. Hal ini, juga merubah perilaku masyarakat cenderung menuntut fasilitas, pelayanan yang memuaskan dan kualitas produk atau jasa yang berkualitas baik. Perubahan ini menuntut peningkatan daya saing yang tinggi dan efisiensi. Tidak hanya manajemen yang efektif dan sumber daya yang terampil tetapi yang diperlukan juga sarana, fasilitas dan teknologi yang tinggi. Munculnya daya saing yang tinggi menuntut setiap pelaku bisnis untuk selalu berusaha agar

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 23.

bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan bersaing sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Tidak terkecuali di bisnis perbankan.

Kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan membuat tingkat daya saing dalam perbankan terus meningkat, baik dalam produk maupun layanan yang ditawarkan. Oleh sebab itu, para pengelola bank dituntut untuk lebih cerdas dan inovatif dalam menciptakan peluang bisnis baru, membidik para nasabah baru dan mempertahankan nasabah lamanya yang nantinya diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baik. Hal tersebut, menuntut bank BRI lebih peka terhadap kebutuhan nasabah sehingga nasabah tidak berpindah ke bank lain.

Dalam memenuhi kebutuhan nasabah, pemasar harus memperhatikan perilaku nasabah dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan serta harapan konsumen agar tercipta kepuasan dan kepercayaan yang pada akhirnya akan menimbulkan minat pembelian. Perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memuaskan atau bahkan melebihi harapan konsumennya. Kepercayaan merupakan modal terbesar dalam bisnis jasa keuangan karena kepercayaan adalah sumber meningkatnya nasabah yang akan menjadi aset terbesar perusahaan. Tidak ada bisnis tanpa nasabah, dan tidak ada nasabah tanpa membangun kepercayaan yang kuat. Untuk itu, perusahaan harus mengetahui kelompok konsumen serta kebutuhan dan keinginan konsumen agar terbentuk kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Hal ini, menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi bank untuk dapat menarik minat nasabah.

Dalam upaya menarik minat nasabah di BRI, Bank BRI terus melakukan berbagai upaya. Baik dalam pelayanan, peningkatan sarana dan prasarana dan produk dengan berbagai fasilitas dan strategi dalam pemasarannya. Salah satu pemasarannya adalah BRI terus memperluas pelayanan perbankannya sampai ke seluruh pelosok Indonesia dengan membuka kantor cabang dan kantor unit terdekat sehingga kebutuhan masyarakat akan transaksi perbankan dapat terpenuhi dengan baik.

BRI melakukan terobosan baru untuk dapat bersaing, dengan membentuk pola transaksi yang berbeda dengan di kantor BRI yang pada umumnya Bank yaitu mengantri, tatap muka langsung antara nasabah dengan *teller* yang membutuhkan waktu yang tidak sebentar. Strategi tersebut juga dilakukan BRI yaitu dengan cara memperluas layanan *channel* dan layanan Bank BRI, yang belum terakses layanan perbankan. Dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah untuk menjadi agen yang dapat melayani transaksi perbankan. Inovasi layanan *channel* tersebut adalah BRILink.

BRILink adalah sebuah produk layanan perpanjangan tangan dari BRI ke nasabah dengan bantuan agen yaitu pihak ketiga yang memenuhi kriteria sebagai agen dan memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan oleh BRI. BRILink juga didukung oleh provider telekomunikasi yaitu Indosat dan telkomsel serta seperangkat alat EDC (*Electronic Data Capture*) yang nantinya akan dipinjamkan untuk para agen BRILink. Agen BRILink adalah nasabah yang mempunyai rekening di bank BRI dan mengajukan serta memenuhi semua persyaratan untuk menjadi agen BRILink. *Electronic Data Capture* (EDC) adalah mesin gesek kartu yang dapat digunakan untuk menerima transaksi pembayaran (*purchase*) dengan kartu kredit, kartu debit, dan kartu *perpaid* yang diletakkan di *merchants*.<sup>2</sup>

Keunggulan dari BRILink adalah kemudahan dalam bertransaksi perbankan misalnya cek saldo, *transfer*, pembayaran listrik, pembelian pulsa melalui EDC BRILink menjangkau semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali, efisiensi waktu dan biaya, keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi perbankan, serta adanya *sharing fee* sebesar 50 : 50 yaitu pembagian *fee* yang sama antara pihak bank dan agen sebesar 50%. Sedangkan kelemahannya adalah terbatasnya *jaringan provider* pada lokasi tertentu dari para agen yang menyebabkan gagalnya transaksi.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> BRI Corporate University Divisi Transaction Bank, *E Book*, Dokumentasi BRI unit Gulang, Kudus, 2016, hlm. 5.

<sup>3</sup> Ibid, hlm. 8.

Penelitian Jenifer Adji dan Hatane Samuel yang berjudul pengaruh Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *satisfaction* dan *trust* terhadap minat beli konsumen, dengan koefisien determinasi sebesar 74,6% . Dan hasil menunjukkan kriteria *goodness of fit* yaitu sebesar 93,3%, sedangkan 6,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Relevansi penelitian Jenifer Adji dan Hatane Samuel dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti variabel kepuasan terhadap minat, sedangkan perbedaan penelitian Jenifer Adji dan Hatane samuel dengan penelitian ini adalah pada obyek penelitian dan sampel penelitian<sup>4</sup>

Sedangkan dalam penelitian Ellya Niken Prastiwi Dan Dian Ayubi yang berjudul hubungan kepuasan pasien bayar dengan minat kunjung ulang di puskesmas wisma jaya kota bekasi tahun 2007 menunjukkan bahwa dari hasil analisis kepuasan pasien bayar berhubungan dengan minat kunjung ulang di puskesmas wisma jaya adalah 93,2 %. Relevansi penelitian Ellya Niken Prastiwi dan Dian Ayubi dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti variabel kepuasan terhadap minat, sedangkan perbedaan penelitian Niken Prastiwi dan Dian Ayubi dengan penelitian ini adalah pada obyek penelitian dan sampel penelitian.<sup>5</sup>

Demikian halnya dalam penelitian Yohana Nesya dan Edwin Japarianto, hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi 0,773. Hal ini berarti kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas mempunyai pengaruh terhadap minat menabung nasabah bank syariah di surabaya. Relevansi penelitian Yohana Nesya dan Edwin Japarianto dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman dan aksesibilitas terhadap minat, sedangkan perbedaan penelitian

---

<sup>4</sup> Jennifer Adji Dan Hatane Samuel, *Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2, No. 1, 2014, hlm. 7.

<sup>5</sup> Elly Niken Prastiwi, Hubungan Kepuasan Pasien Bayar Dengan Minat Kunjung Ulang Di Puskesmas Wisma Jaya Kota Bekasi Tahun 2008, *Makara Kesehatan*, Universitas Indonesia, Vol. 12, No. 1 Juni, hlm 45.



Yohana Nesya dan Edwin Japariato dengan penelitian ini adalah pada obyek penelitian dan sampel penelitian.<sup>6</sup>

Dari berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen adalah faktor yang dapat menumbuhkan minat beli pada konsumen karena sangat diperlukan suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat . Oleh sebab itu, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Bertransaksi di Agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas maka ditarik pokok permasalahan adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas gulang kecamatan mejobo kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas gulang kecamatan mejobo kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi di agen BRILink sinar mas gulang kecamatan mejobo kudus?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kepuasan masyarakat terhadap minat bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.
2. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.
3. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

---

<sup>6</sup> Yohana Nesya Setyawan Dan Edwin Japariato, Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Bank Danamon Di Surabaya , *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Universitas Kristen Petra, Vol. 2, No. 1 2014, hlm. 4

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sekaligus pemahaman tentang perilaku konsumen khususnya dalam pembelian, mengenai kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di agen BRILink serta minat masyarakat dalam bertransaksi di agen BRILink Sinar Mas Gulang Kecamatan Mejobo Kudus.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan khususnya bank BRI untuk dapat mengembangkan inovasi baru di masa yang akan datang yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik.

## **E. Sistematika Penulisan**

Skripsi yang penulis susun ini terdiri dari lima bab, dimana masing masing bab menjadi beberapa sub.

Adapun garis besar sistematika skripsi sebagai berikut :

### **1. Bagian Muka**

Bagian ini berisi halaman sampul, halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi.

### **2. Bagian isi**

**BAB I** : Pendahuluan, yang memuat: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II** : Landasan Teori, pada bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dan mendasari penelitian yaitu perilaku konsumen, kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen dan minat transaksi, agen BRILink, Krangka berfikir dan hipotesis.

**BAB III** : Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata varibel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas, dan reabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis data.

**BAB IV** : Dalam bab ini berisis tentang gambaran obyek penelitian, statistik deskriptif responden, hasil uji asumsi klasik, analisis data, dan pembahasan.

**BAB V** : Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

### 3. Bagian Akhir

Daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.

