

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari (ekonomi). Ilmu ekonomi lahir bertujuan untuk membantu manusia dalam pemenuhan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi dipelajari pemanfaatan suatu benda secara efektif dan efisien, dipelajari pula bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Islam merupakan suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sector bisnis dan transaksi keuangan.

Perkembangan ekonomi ditandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan perusahaan akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar dimana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan. Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika

perusahaan tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran produksi sudah dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usaha berkembang supaya berhasil. Maka suatu lembaga itu sendiri melakukan tugasnya. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen maupun pesaing serta merancang strategi pemasaran yang kompetitif.

Strategi pengembangan pada dasarnya adalah rencana yang mendalam, menyeluruh, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Pentingnya strategi pengembangan adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang dihadapi oleh para pesaing dimasa depan.<sup>2</sup> Kegiatan pemasaran pada umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memegang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Konsep pemasaran menyatakan bahwa konsumen berbeda kebutuhannya dan program pemasaran akan lebih efektif bila dirancang untuk tiap kelompok pelanggan sasaran.

Strategi pemasaran syariah akan membawa suatu bisnis yang berorientasi pada pencapaian suatu target serta pertumbuhan yang terus bertumbuh dan meningkat dalam kurun waktu selama mungkin dari

---

<sup>2</sup> D. T, Santoso, (2016), *Strategi Pengembangan Bisnis pada PT Timur Jaya Panel*, *Jurnal Agora* Vol. 4, No. 1, hal. 694

keberkahan atau keridhaan Allah. Hal ini menjadikan orientasi strategi perusahaan tidak mengejar duniawi saja, akan tetapi keberkahan pula. Jika kita berbicara mengenai perekonomian, maka secara tidak langsung kita akan bersentuhan dengan lembaga-lembaga perekonomian itu sendiri, salah satunya yakni Perbankan. Namun sebagian besar, penduduk Indonesia masih banyak belum mengetahui, mengenal dan menggunakan layanan perbankan dan jasa keuangan lain yang sistemnya canggih dan efisien yang diterapkan dalam dunia perbankan, apalagi bertempat tinggal dilokasi yang jauh dari kantor dan adanya biaya atau persyaratan yang memberatkan, serta penduduk yang ada dipedesaan masih menganggap segala sesuatu yang berhubungan dengan perbankan membutuhkan uang yang banyak dan adanya tingkat kerumitan yang tinggi disetiap kegiatannya. Kendala lain yang dihadapi oleh pihak penyedia jasa keuangan sendiri yaitu keterbatasan jangkauan dari pelayanan pihak perbankan karena cangkupan wilayah yang sangat luas, sehingga jaringan kantor belum menjangkau pelayanan di wilayah yang sangat luas, sehingga jaringan kantor belum menjangkau pelayanan di wilayah masyarakat yang ada.

Dilihat dari segi yang luas sudah jelas bahwa semua pelayanan perbankan belum bisa mencangkup semua wilayah termasuk di daerah yang terpencil, apalagi mengenai jaringan teknologi dan sistemnya yang lain. Semua pihak perbankan ingin mengatasi hal tersebut dan ingin memperbanyak

jaringan di wilayah tersebut, hanya saja biaya dalam mendirikan pasti memiliki dana yang besar.<sup>3</sup>

Dalam rangka meningkatkan dan mencapai keuangan inklusif dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), industri perbankan, dan industri keuangan lainnya. Mencapai keuangan inklusif yang dimaksud adalah keadaan untuk masyarakat agar dapat menjangkau akses layanan keuangan secara mudah dan memiliki budaya untuk mengoptimalkan penggunaan jasa keuangan. Oleh karena itu, dalam mencapai keuangan inklusif OJK membentuk program *Branchless Banking* yang merupakan program dengan perluasan jangkauan layanan perbankan tanpa bertumpu pada kantor cabang, memanfaatkan media teknologi, serta dibantu oleh agen seperti toko, kantor pos, perorangan, dan lain sebagainya. Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, (persero) yang biasa disebut dengan bank BRI merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak didalam dunia perbankan yang sudah berdiri sejak tahun 1895.<sup>4</sup> Dalam memperluas dunia perbankan dan untuk meningkatkan seperti bank lainnya, layanan PT Bank Rakyat Indonesia juga menerapkan program Laku Pandai. Dengan adanya kinerja agen branchless banking yang disebut dengan agen BRILink memberikan peningkatan yang cukup signifikan. Melalui agen BRILink, nasabah BRI maupun masyarakat umum lainnya bisa mendapatkan pelayanan yang sama baiknya seperti yang didapatkan di kantor. Masyarakat dapat melakukan

---

<sup>3</sup> Zainul, Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2002), hal. 8

<sup>4</sup> Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif, Bab 1, Pasal 1, ayat 5, h. 3. <https://www.ojk.go.id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan->

setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi transfer atau pembayaran lainnya melalui agen. Kemudian dalam mengetahui peningkatan yang cukup yang diberikan layanan agen BRILink, yang perlu dilakukan adalah mengukur tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan layanan tersebut. Perusahaan bank akan lebih mudah melihat persaingan bisnis dan minat nasabah dalam layanan agen BRILink.<sup>5</sup>

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. Selain bantuan dari agen, BRILink juga didukung oleh provider telekomunikasi yaitu Indosat dan Telkomsel serta seperangkat alat EDC (*Electronic Data Capture*) yang dipinjamkan untuk para agen BRILink. Agen BRILink adalah nasabah yang mempunyai rekening di bank BRI dan mengajukan serta memenuhi semua persyaratan 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 prepaid yang diletakkan di merchants. Ada 2 jenis mesin EDC yang dapat digunakan yaitu EDC permanen dan EDC portable yang bisa dibawa kemana mana. Di sisi lain, BRILink juga mempunyai keunggulan dan kelemahan. Keunggulan dari BRILink adalah kemudahan masyarakat dalam bertransaksi perbankan misalnya: cek saldo, transfer, pembayaran listrik, pembelian pulsa melalui mesin EDC, menjangkau semua

---

<sup>5</sup> Husein, Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 58

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 persen. Sedangkan kelemahannya adalah terbatasnya jaringan provider pada lokasi tertentu dari para agen yang menyebabkan gagalnya transaksi. Sejak diluncurkan pada tahun 2014, persebaran agen BRILink telah tumbuh sangat pesat. Pada akhir tahun peluncurannya, BRILink telah memiliki 14.388 agen dan 1,6 juta transaksi dengan volume transaksi mencapai 973 milyar rupiah.

Agen BRILink yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia sampai pada daerah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal) menjadi garda terdepan BRI dalam membuka akses keuangan dan melayani masyarakat Indonesia. Sebaran agen BRILink tersebut diharapkan dapat mengedukasi masyarakat akan layanan perbankan serta dapat memaksimalkan peluang bisnis dan membuka usaha, dampak positif dari bertambahnya agen BRILink terlihat dari jumlah transaksi yang menunjukkan tren selalu meningkat pada empat bulan pertama 2023. Selama periode tersebut, tercatat sebanyak Rp339,5 triliun transaksi finansial telah dibukukan. Kenaikan jumlah transaksi ini menunjukan bahwa agen BRILink memiliki peran sangat penting dalam roda perekonomian serta kehidupan masyarakat.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Bank Rakyat Indonesia, BRILink, 2017, <http://bri.co.id/subpage?id=75>, diakses pada tanggal 8 September 2023, pukul 15.00 WIB

Berikut merupakan tabel data agen BRILink:

**Tabel 1.1**  
**Data jumlah agen dan volume transaksi agen BRILink**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Agen</b>	<b>Volume Transaksi</b>
2014	14.388 ribu	973 milyar
2015	50.259 ribu	35,85 triliun
2016	84.550 ribu	139,11 triliun
2021	480.000 ribu	1.143 triliun
2022	627.000 ribu	1.300 triliun
2023	740.000 ribu	339,5 triliun

Berdasarkan Fenomena yang terjadi di Kecamatan Boyolangu dengan adanya layanan BRILink tidak menjamin bahwa masyarakat tahu dan langsung menggunakan layanan BRILink untuk melakukan transaksi perbankan. Namun, seiring berjalannya waktu masyarakat mulai menyadari akan kelebihan dari layanan BRILink. Salah satunya karena jarak tempat tinggal dengan bank cukup jauh, jadi dengan adanya agen BRILink ini dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan. Di Kecamatan Boyolangu ada beberapa Agen BRILink yang transaksinya hampir setiap hari. Pertumbuhan transaksi BRILink yang sangat pesat menunjukkan bahwa minat masyarakat menggunakan layanan BRILink sangat tinggi khususnya. Sehingga Peneliti ingin mengetahui Strategi Manajemen Pengembangan Bisnis BRILink untuk meningkatkan Profit Agen BRILink di Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan uraian di atas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat dan dikaji melalui penelitian

dengan strategi pengembangan bisnis dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul **“STRATEGI MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS BRILINK UNTUK MENINGKATKAN PROFIT AGEN BRILINK DI KECAMATAN BOYOLANGU KABUPATEN TULUNGAGUNG”**

### **B. Fokus Penelitian**

Yang menjadi pokok permasalahan disini yaitu:

1. Bagaimana strategi manajemen pengembangan bisnis yang diterapkan agen BRILink dalam meningkatkan profit?
2. Bagaimana strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, inovasi yang diterapkan agen BRILink?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi manajemen pengembangan bisnis yang diterapkan agen BRILink dalam meningkatkan profit
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan pasar, produk, dan inovasi agen BRILink

### **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

Dalam strategi yang dilakukan oleh agen BRILink dalam upaya meningkatkan profit pendapatan agen BRILink di Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, guna mengidentifikasi batasan yang jelas mengenai

istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Maka ditentukan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada strategi manajemen pengembangan bisnis BRILink yang diterapkan agen BRILink di Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan profit.
2. Penelitian ini berfokus pada bagaimana agen BRILink dalam mengembangkan strategi pengembangan pasar, produk, dan inovasi

#### **E. Manfaat Penelitian**

Secara lebih spesifik manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan tentang layanan BRILink, menambah pengetahuan tentang produk syariah dan mengetahui strategi manajemen pengembangan bisnis BRILink untuk meningkatkan profit agen BRILink di Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

##### **2. Manfaat Praktis**

Sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki strateginya, serta dapat memberikan informasi mengenai strategi yang diterapkan pada Agen BRILink di Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.

#### **F. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah terkait penelitian ini dijabarkan, agar kedepannya dapat lebih dipahami, hal-hal terkait penegasan istilah adalah sebagai berikut:

## 1. Penegasan Konseptual

### a. Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi menekankan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Strategi meliputi penentuan target pasar, sifat barang, dan jasa yang ditawarkan dan bagaimana memperoleh keuntungan jangka panjang dari para pesaingnya. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industry adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.

Menurut Brown dan Petrello dalam buku karangan Yusniar menjelaskan pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Yusniar , D.P. (2014). *Prinsi-prinsip Bisnis*. Bogor: CV Rizeva Utama, hal. 43

**b. BRILink**

BRILink adalah layanan keagenan BRI yang memungkinkan nasabah untuk berpartisipasi dalam melayani transaksi perbankan bagi masyarakat. Kehadiran layanan ini mampu membantu masyarakat yang ingin berinteraksi perbankan namun tidak terjangkau oleh bank atau bahkan tidak memiliki rekening.

BRILink merupakan perluasan layanan BRI dimana BRI menjalin kerjasama dengan nasabah sebagai agen yang dapat melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online menggunakan fitur EDC mini ATM BRI dengan konsep sharing fee. Semua transaksi yang dilakukan lewat agen BRILink akan dikenakan tarif kepada nasabah yang nantinya akan menjadi pendapatan untuk agen dan bank BRI dengan pembagian berupa komisi.<sup>8</sup>

**c. Profit**

Profit merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba, laba tersebut diperoleh dari modal yang dimilikinya. Teori Profitabilitas sebagai salah satu acuan dalam mengukur besarnya laba menjadi begitu penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan usahanya secara efisien. Efisiensi sebuah usaha baru dapat diketahui setelah membandingkan laba yang diperoleh dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh

---

<sup>8</sup> Jaka, *Agen BRILink*, Maret 2021

laba atau keuntungan yang maksimal. Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Untuk dapat menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan menguntungkan (*Profitable*). Pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.<sup>9</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Secara Operasional yang dimaksud dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan strategi manajemen pengembangan bisnis BRILink untuk meningkatkan profit agen BRILink di Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung.

### G. Sistematika Penulisan Proposal

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian maka disusunlah sistematika pembahasannya sebagai berikut:

**BAB I:** Merupakan bab pendahuluan, yang meliputi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

**BAB II:** Merupakan bab landasan teori, yang meliputi kajian tentang Strategi Pengembangan Bisnis, Profit, BRILink, Penelitian Terdahulu.

---

<sup>9</sup> Irawan, B.S. *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi Kedua ed. (Yogyakarta: Liberty. Hal. 97

**BAB III:** Merupakan bab metode penelitian, yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

**BAB IV:** Merupakan bab hasil penelitian, yang meliputi gambaran umum objek penelitian, temuan penelitian, analisis data.

**BAB V:** Merupakan bab pembahasan, yang meliputi uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

**BAB VI:** Merupakan bab penutup, yang meliputi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penulis yang ditujukan kepada semua pihak yang berkepentingan.

**BAGIAN AKHIR:** Pada bagian ini disajikan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang diperlukan, surat pernyataan keaslian skripsi serta riwayat hidup.