

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PROFIT PENJUALAN JASA BERBASIS SOAR DI BRILINK SUKAMANDI JAYA

Putri Nur Khamalia Susilowati¹ Bambang Sugiharto²

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja Subang, Indonesia

putrinurkhamalia@stiesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 02 Jan 2022

Tgl. Diterima : 15 Apr 2022

Tersedia Online : 30 Apr 2022

Keywords:

Profit, BRILink, Technology, SOAR, Education.

ABSTRACT

Profit increase strategy is company plan to increase sales profit. Maintain the stability of company so that the company does not decrease its profit. Brilink is a financial service without a program office from BRI. Transaction without having to queue for long time. Agents use Electronic Data Capture (EDC) as a tool to supported by other techonologies such as Ultra Violet rays, and money counting machines.

With the problem discussed, how are efforts to increase the profit of selling BRILink Sukamandi Agent service?. This study aims to examine the external and internal factors of the outreach strategy that have impact on BRILink Agent. The menthod used is qualitative. By conducting interviews with data sources of BRILink owners and BRILink employees. And using SOAR Analysis (Strengths, Opportunities, Aspirations, And Results)

The results of this study are the success of increasing service sales profit (1) low expenses reduce employees, (2) transactions are increased by approaching BRILink distributors, consumers, and between agents, (3) the amount of profit increases through promotion as an attractive consumer for continuous transactions and has a sharing fee system.

PENDAHULUAN

BRILINK merupakan salah satu program Laku Pandai di Bank BRI. Dalam menjalankan program Laku Pandai ini sudah terdardftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS). Laku Pandai diatur oleh Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK.03/2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam rangka keuangan inklusif. Bertujuan mengatasi suatu permasalahan yang mungkin terjadi di keuangan inklusif Bank Indonesia dan mendukung program.

Produk dan layanan Laku Pandai di BRILINK membantu masyarakat mulai dari setor tunai, tarik tunai, dan transaksi lainnya. Dalam mengembangkan programnya BRI sangat pandai mengikuti perkembangan jaman yang semakin canggih. BRI menciptakan Laku Pandai sebagai Fitur program yang lebih efisien untuk bertransaksi bagi nasabah.

Program Laku Pandai menyalurkan usahanya kepada UMKM yang telah dikenal masyarakat sebagai "Agen BRILINK". Definisi Agen BRILINK merupakan bentuk usaha jasa yang dimiliki individu dengan berkejasama oleh pihak

Bank BRI . Hal ini dapat memudahkan masyarakat karena Agen BRILINK mempunyai peran penting dalam membantu sistem transaksi masyarakat bertransaksi tanpa antrian, mudah, aman dan bertanggungjawab. Program Laku Pandai sudah tersebar di seluruh provinsi Indonesia secara simultan dengan penggunaan nasabah bank Indonesia yang melakukan transaksi berbagai macam.

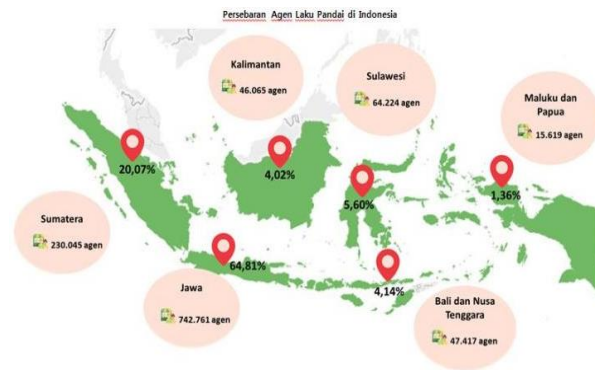
Tabel 1.1
Persebaran Agen Laku Pandai dan
jumlah nasabah tahun 2019
Berdasarkan Provinsi

Provinsi	Agen Laku Pandai	Nasabah Tabungan BSA
Banten	37,739	471,343
DKI Jakarta	29,489	193,831
Jawa Barat	248,903	73,978
DI Yogyakarta	23,349	823,136
Jawa Tengah	192,683	212,809
Jawa Timur	210,598	454,793
Aceh	23,558	2,058,771
Kepulauan Riau	7,319	135,717
Riau	25,257	293,766
Sumatera Barat	23,828	5,455,451
Sumatera Utara	55,079	4,429,301
Gorontalo	3,700	4,298,297
Maluku	3,555	231,981
Maluku Utara	2,634	195,229
Papua	6,583	83,050
Papua Barat	2,847	137,844
Sulawesi Barat	3,787	35,004
Sulawesi Selatan	31,127	109,795
Sulawesi Tengah	9,367	825,982
Sulawesi Tenggara	7,451	120,056
Sulawesi Utara	8,792	53,412
Bangka Belitung	5,387	770,270
Bengkulu	10,531	470,989
Jambi	19,114	88,529
Lampung	31,284	52,231
Sumatera Selatan	28,688	310,504
Bali	16,991	96,421
Nusa Tenggara Barat	18,359	556,164
Nusa Tenggara Timur	12,067	219,315
Kalimantan Barat	9,517	177,835
Kalimantan Selatan	13,150	170,154
Kalimantan Tengah	8,054	532,377
Kalimantan Timur	13,217	605,613
Kalimantan Utara	2,127	1,033,876
Total	1,146,131	25,777,824

Sumber data : www.ojk.go.id

Dari data yang telah diambil Otoritas Jasa Keuangan yang diambil dapat dilihat persebaran Agen berdasarkan Pulau Besar. Persebaran Agen Laku Pandai Pada TW III 2019 masih dilokasi utama yaitu pulau jawa (64,81%) dengan jumlah 742.761 Agen di Jawa. Sedangkan jumlah Agen Laku Pandai Paling sedikit yaitu Maluku dan Papua (1,36%) dengan jumlah 15.619 Agen Laku Pandai.

Berikut ini persebaran Agen Laku Pandai berdasarkan Pulau Besar :



Gambar 1.1
Persebaran Agen Laku Pandai pada TW
III 2019

Sumber data gambar : www.ojk.go.id

Berdasarkan data yang diambil Otoritas Jasa Keuangan, data nasabah Laku Pandai berdasarkan pulau besar. dapat dikatakan bahwa jumlah nasabah terbanyak yaitu pulau Jawa terdapat 17.519.749 nasabah (67,96%). Dan terendah di Maluku dan Papua terdapat 314.228 nasabah (1,22%).

Berikut ini persebaran nasabah Laku Pandai TW III 2019 :



Gambar 1.2
Persebaran Nasabah Laku Pandai TW
III 2019

Sumber data gambar : www.ojk.go.id

Dengan persebaran Agen Laku Pandai ini terdapat banyak Agen di setiap Pulau Indonesia. Dan menimbulkan persaingan yang ketat antar Agen Laku Pandai. Menjadi Agen BRILINK tidak mudah karena melihat lokasi strategis untuk membuka usaha tersebut. Lokasi strategis dengan jumlah nasabah di sekitar tempat tersebut. Jika jumlah nasabah satu daerah sedikit maka keinginan untuk

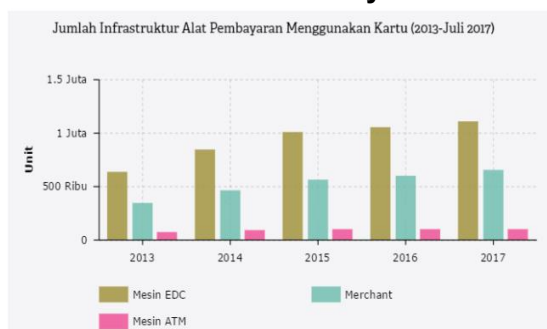
membuka usaha BRILINK tidak boleh berdekatan lokasi tempatnya di satu daerah dengan agen BRILINK lainnya. Akibatnya dalam menjalankan usahanya kurang efisien banyak persaingan antar Agen BRILINK. Sehingga risiko cukup besar untuk Agen BRILink dengan berdampaknya naik turun pendapatan penjualan.

Transaksi dengan tarif administrasi Agen BRILink dan Agen Laku Pandai lainnya berbeda. Tarif harga menjadikan pondasi yang kuat untuk meningkatkan keuntungan. Tarif administrasi murah lebih diminati konsumen. Harga merupakan suatu nilai jumlah nominal barang yang terdapat pada hasil transaksi jual-beli. Kualitas harga administrasi disetiap Agen BRILINK dalam menentukan harga itu berpengaruh terhadap konsumen.

Penggunaan produk BRILink dalam menjalankan usaha Agen BRILINK tidak semua Agen mendapatkan Fasilitas Alat pendukung BRILINK yaitu Elektronik Data Capture (EDC) yang diberikan Bank BRI untuk Agen. EDC digunakan membantu proses transaksi lebih mudah dan cepat. Pada masyarakat daerah sukamandi terdapat banyak Agen BRILINK. Agen lama belum tentu bisa mendapatkan EDC dengan cepat dibandingkan dengan Agen Baru. Agen BRILink sangat sulit mendapatkan mesin EDC walaupun mereka sudah mengikuti prosedurnya dengan baik.

Berdasarkan data yang diambil dari Bank Indonesia tentang jumlah infrastruktur alat transaksi pembayaran menggunakan kartu dari (2013-Juli 2017)

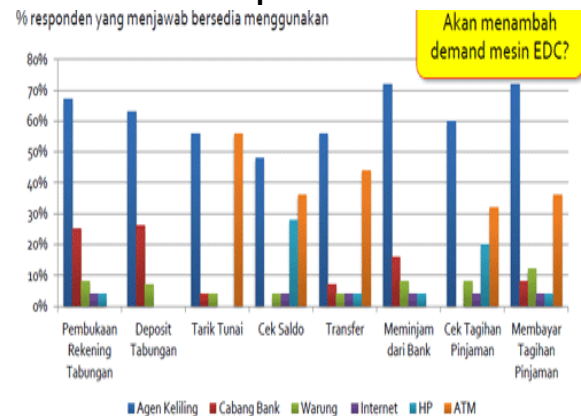
Tabel 1.2 Jumlah Infrastruktur Alat Transaksi Pembayaran



Dari tabel diatas menurut Bank Indonesia hasil jumlah infrastruktur hingga akhir juli 2017 disimpulkan mesin EDC mencapai 1,1 juta unit, mesin Atm mencapai 104 ribu unit, dan merchant hanya mencapai 652 ribu unit. Sehingga EDC lebih banyak digunakan sebagai sistem transaksi pembayaran.

Bedasarkan data yang diambil dari survei Sharing Vision tentang kebutuhan layanan bank tanpa kantor. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk BRILINK menggunakan EDC:

Tabel 1.2 Hasil Dari Survei Kebutuhan Layanan Bank September 2013



Sumber: Sharing Vision™ Survey Kebutuhan Layanan Bank Tanpa cabang, n= 29, September 2013

Sumber data : www.sharingvision.com

Dari hasil data diatas dikatakan bahwa warung berpotensi menggunakan EDC sebagai alat transaksi untuk mengembangkan usahanya. Permintaan alat EDC akan terus menambah karena kegunaanya sangat membantu untuk konsumen atau nasabah Bank.

Kepuasan konsumen sangat penting untuk agen brilink dikarenakan sebagai daya tarik pelayanan yang diberikan dari pihak agen kepada konsumen. Memberikan rasa kenyamanan penggunaan dari hasil pelayanan Agen BRILINK terhadap transaksi yang digunakan oleh konsumen. layanan Produk – produk yang terdapat di Agen BRIINK harus lengkap, keamanan data, dan fasilitas layanannya sebagai suatu alat ukur terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan untuk membantu konsumen dengan mudah melakukan transaksi. Ketika konsumen

merasa senang, nyaman, dan suka sekali layanan produk tersebut. Maka konsumen akan selalu bertransaksi dan bisa menjadi pelanggan setia di usaha Agen BRILINK.

Permasalahan dalam menjalankan usaha Agen BRILINK ini harus mampu mengendalikan sistem daya saing antar Agen BRILINK atau Agen Laku Pandai Lainnya di satu daerah. Dikarenakan mempengaruhi keuntungan penjualan. Dengan itu dibutuhkan suatu inovasi yang baru dalam usaha penjualan.

Diperlukan adanya sebuah Strategi yang baik untuk mengatasi resiko yang terjadi dalam Agen BRILink. Strategi merupakan rencana seseorang untuk mengukur keberhasilan usaha yang dijalankan berhasil atau tidak usaha tersebut. Sebagai daya tarik konsumen, Agen harus mempertimbangkan nominal administrasi. Menarik keinginan konsumen sebuah usaha untuk meningkatkan pendapatan. Berbeda dengan layanan Bank. Dalam sistem administrasi nya lebih murah, tetapi cukup memakan waktu karena di KC BRI ada sistem mengantri. Untuk konsumen yang tidak ingin membuang waktu atau ingin bertransaksi cepat. Konsumen akan memilih layanan BRILINK. Tentu saja karena Layanan Keuangan Tanpa Kantor (LAKU PANDAI) ini sistem transaksi tanpa antrian, cepat, dan aman.

Dalam BRILink mengatur strategi untuk meningkatkan keuntungan penjualan dalam bentuk transaksi. Berkaitan dengan keuntungan ini sebagai landasan pendapatan agen BRILink. Apabila Agen tidak melakukan perkembangan penjualannya maka keuntungan menurun dari adanya daya saing antar agen. Selain itu produk Agen BRILINK fasilitas lengkapnya seperti di KCP atau Unit Bank BRI dalam sistem transaksi.

Strategi melalui Produk BRILINK mulai dari setor tunai, tarik tunai, transaksi top up untuk merchant dan transaksi lainnya. BRILINK sangat praktis efisien untuk masyarakat yang lokasinya cukup jauh dengan Bank BRI. .

Objek penelitian ini adalah Agen BRILINK di desa Sukamandi Jaya. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengkaji bagaimana pemilik usaha BRILINK meningkatkan pendapatannya dengan adanya persaingan antar agen. Dengan menilai harga biaya transaksinya sebagai daya saing yang sudah dicantumkan masing-masing Agen BRILINK. Konsumen ingin bertransaksi mempersalahkan harga transaksi terlebih dahulu. Dengan biaya administrasi di setiap agen berbeda terdapat biaya murah atau mahal. Dan di sisilain hal bertransaksi akan terjadinya permasalahan komplain antara konsumen dengan Agen. Sehingga bisa dikatakan sulit untuk mengedalikan Tingkat layanan produk tiap Agen yang harus dijaga dengan baik baik. Sedangkan untuk menangani komplain konsumen, pihak Agen dalam segi keamanan data, atau informasi penggunaan itu kurang bisa di atasi dengan baik. Agen dianjurkan mampu mengatasi permasalahan komplain yang diberikan pihak konsumen.

Maka penulis melakukan penelitian Agen BRILINK di Desa Sukamandi Jaya yang berjudul “ Analisis Strategi Peningkatan Profit Penjualan Jasa Di BRILINK Berbasis SOAR” Penelitian ini menguji seberapa besar pentingnya Strategi Penjualan, Tingkat Daya saing, Kualitas produk dan layanan yang diberikan Agen BRILINK untuk meningkatkan keuntungan usahanya.

Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dapat di identifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi meningkatkan Profit penjualan jasa BRILINK Di sukamandi?
2. Faktor – faktor kualitas produk dan layanan apa saja yang menunjang Penjualan Jasa BRILINK di Sukamandi?
3. Bagaimana proses penanganan komplain produk dan layanan BRILINK?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dilakukanya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui mekanisme pendapatan dan pembayaran di Agen BRILINK.
2. Untuk mengetahui Strategi dalam peningkatan penjualan usaha jasa Agen BRILINK.
3. Untuk mengetahui Faktor yang mendukung kegiatan usaha BRILINK.
4. Untuk mengetahui penanganan komplain dan layanan usaha BRILINK.

Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan dari penulisan penelitian ini bukan hanya teoritis, tetapi mampu untuk bisa memberikan manfaat secara praktis, diantaranya yaitu :

1. Bagi UMKM : Untuk menambah wawasan dalam menjaga Kualitas Harga dan Kualitas Produknya sebagai daya tarik konsumen. Dan sebagai inspirasi dalam menjalankan usaha Agen BRILINK.
2. Bagi Pembaca : Untuk menambah wawasan dan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi pembaca tentang Pentingnya menentukan strategi penjualan usaha jasa BRILINK.
3. Bagi Penulis : Untuk menambah wawasan dan manfaat suatu bentuk usaha jasa kepada penulis tentang Strategi peningkatan Penjualan untuk menjaga Kualitas Harga, Kualitas Produk dalam menarik minat konsumen.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Strategi Penjualan

Definisi strategi dari para ahli, menurut Hamel dan Prahalad dalam bukunya Umar H. (2001:31) berjudul "Strategic Mangement in action" menyatakan bahwa strategi dilakukan dalam keadaan terus meningkat, dan diterapkan secara simultan dengan melalui keinginan pelanggan untuk kedepanya. Strategi dimulai berdasarkan apa yang dapat terjadi. Terjadinya dengan adanya inovasi dari masa ke masa moderen. Sehingga strategi mempunyai

inovasi terhadap pemasaran dan konsumen.

Menurut Robert W. Palmatier dan Shrihari Sridhar dalam bukunya "Marketing Strategy" (2016) menjelaskan marketing strategy is something that consists of decisions and actions focused on builing a sustainable differential advantage, relative to compotitors, in the minds of costumers, in order to create value for stakeholders.

Strategi penjualan sebagai bentuk perencanaan seseorang untuk mengukur keberhasilan usaha yang dijalankan berhasil atau tidak usaha tersebut. Melakukan perubahan sistem penjualanya dengan melihat faktor eksternal dan internal.

Teori ini kertekaitanya dengan perilaku sebuah bentuk usaha yang ingin meningkatkan penjualan untuk mendapatkan hasil profit yang lebih tinggi.

Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan individu atau suatu organisasi untuk menuju keberhasilan program kegiatan mereka dengan menghasilkan barang atau jasa yang akan dipasarkan atau di jual kepada pihak lainn yang membutuhkan barang atau jasa tersebut. Penjualan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebanyak – banyaknya demi menjalankan kebutuhan hidup nya.

Menurut meokijot (2015) dalam buku kamus manajemen, "Penjualan di definisikan sebagai sebuah kegiatan untuk menemukan pembeli, mempengaruhi pembeli, dan memberikan arahan yang baik untuk produksi yang ditawarkan serta membuat perjanjian mengenai harga yang menguntungkan antara penjual dan pembeli".

Jenis Penjualan

Penjualan dibagi menjadi dua macam yaitu :

1. Penjualan jasa merupakan suatu kegiatan berupa jasa yang digunakan kemampuan atau skillnya oleh orang lain dalam bentuk pemakaian jasanya. Seperti bentuk layanan jasa perusahaan.
2. Penjualan barang merupakan kegiatan berupa barang yang di

perjualkan kepada pihak yang menginginkan barang tersebut.

Seperti perusahaan dagang menyediakan barang yang akan diperjualkan kepada pihak pembeli.

Faktor yang mempengaruhi penjualan

Dalam menjalankan bentuk usaha adapun faktor yang mempengaruhi penjualan :

1. Faktor eksternal : suatu penyebab adanya dari pihak luar yaitu Tingkat Persaingan dalam daya saing antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya dalam meningkatkan atau menarik sumber konsumen untuk membeli produk yang diperjualkan oleh perusahaan masing – masing. Seperti harga, lokasi strategis, layanan konsumen. Adapun penjelasan dari faktor eksternal yaitu:
 - a. Tingkat Harga : harga sebagai penentu produk yang akan di beli oleh konsumen atau digunakan konsumen. Jika perusahaan menetapkan harga penjualan tinggi maka konsumen tidak minat membeli melainkan mencari penjualan lain yang menetapkan harga lebih murah dan tidak memberatkan konsumen. Hal ini akan menjadi daya tarik konsumen untuk berlangganan.
 - b. Lokasi strategis : tempat sebagai faktor penjualan. Suatu tempat yang tidak banyak pesaingnya dengan produk atau bentuk usaha yang sama dijalankan. Dapat meningkatkan keuntungan penjualan dengan minim nya faktor daya saing. Lokasi yang nyaman membuat konsumen untuk menetap berlangganandari kebersihan lokasi tempat usaha.
 - c. Komplain pihak konsumen : dilakukan untuk menangani komplek atau pemecah permasalahan konsumen. Dalam menyikapi konsumen harus ramah dan bisa mengatasi permasalahan yang terjadi sehingga konsumen tidak memberikan penilaian yang buruk kepada usaha kita. Melainkan konsumen memberikan penilaian positif dan ini sebagai daya tarik konsumen untuk berlangganan di usaha tersebut.
- d. Promosi : ketika perusahaan menurun keuntungan penjualannya. Perusahaan melakukan evaluasi kinerjanya dengan melakukan bentuk penguasaan market share. Tujuanya menarik para konsumen sehingga konsumen berminat berlangganan dan membeli produk – produk penjualan.
- e. Distributor : menjalin hubungan kerjasama dengan baik bersama distributor lainnya. Pendekatan dengan pihak distributor dapat meningkatkan keuntungan. Perusahaan tidak memiliki distributor maka tingkat kinerja untuk meningkatkan keuntungan menjadi sulit karena tidak memiliki ikatan kerjasama dengan pihak lain
2. Faktor internal : suatu penyebab adanya dari pihak dalam yaitu berupa modal perusahaan, strategi penjualan, produk layanan yang dijalankan, sistem informasi, kualitas teknologi.
 - a. Modal perusahaan : sebagai utama mendirikan bentuk usaha. Menjalankan bentuk usaha modal tidak di anjurkan sedikit melainkan harus mempunyai modal yang banyak. dikarenakan jika perusahaan mengalami kekurangan itu sulit untuk diatasi dan bisa menuju ke bangkrutnya usaha.
 - b. Fitur Produk: untuk usaha yang digunakan penjual kepada konsumen. Fitur produk sebagai daya tarik konsumen. Dalam sebuah bentuk usaha memfasilitaskan layanan produk dengan fitur banyak. Apabila perusahaan hanya menjual satu produk maka pendapatannya hanya di satu produk. Dibandingkan dengan memfasilitaskan banyak produk. Perusahaan mendapatkan pendapatan lain dari beberapa produk yang dijalankan.
 - c. Sistem informasi : pemilik perusahaan harus bisa berkembang mengikuti trend pemasaran lingkungan. Sistem

informasi perlu dilakukan untuk tidak ketinggalan trend pemasaran yang sedang terjadi. Hal ini menjaga kestabilan penjualan.

- d. Kualitas Teknologi : sebagai pembantu kinerja penjualan. Dengan menggunakan teknologi canggih perusahaan lebih efisien dalam membantu laporan masuk dan laporan keluar penjualan. Penggunaan teknologi juga sebagai tingkat keamanan yang dilakukan penjualan. Apabila perusahaan menggunakan sistem manual berdampak pada kinerja karyawan yang tidak bisa bertindak cepat kepada kebutuhan konsumen.

Strategi peningkatan penjualan Jasa

Pengertian penjualan jasa

Jasa adalah suatu bentuk yang memiliki nilai jual dalam bentuk kemampuan layanan seseorang yang akan digunakan oleh konsumen.

Karakteristik dalam penjualan jasa

Menurut Adelia (2018) menyatakan bahwa Ciri – ciri dari penjualan jasa dibagi menjadi 4 macam yaitu :

1. Tidak berwujud : jasa ini tidak dapat dilihat sebelum adanya suatu penjualan kepada konsumen dalam bentuk jasa. Berikut hal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yaitu :
 - a. Pemberian jasa tidak hanya di deskripsikan berupa ciri cirinya suatu jasa, tetapi lebih kepada manfaat dari jasa yang akan digunakan.
 - b. penataan fisik.
 - c. penataan dokumentasi.
2. Tidak dapat dipisahkan : karena suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.
3. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi : Jasa tidak dapat disimpan dan mudah hilang, dan jasa dapat berubah ubah sesuai perkembangan jaman. Maka perlu ada nya seseorang tepat yang mengatur dan mengelola. Misalnya melalui kemampuan petugas

kelengkapan dan pemeliharaan sarana dan prasarana.

Manfaat Penjualan Jasa

Adapun manfaat dari penjualan jasa yaitu :

1. Lebih hemat dalam sisi kerugian dibandingkan produk barang. Karena barang berpotensi memakan waktu lama untuk diperjual belikan.
2. Layanan jasa dibutuhkan dan digunakan tiap hari oleh masyarakat.

Strategi peningkatan profit penjualan jasa

Strategi yang dilakukan dalam penjualan jasa untuk meningkatkan profit penjualan yaitu :

1. Meningkatkan harga penjualan, hal ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Tetapi harus berhati – hati dilakukan dengan melihat daya saing disekitar lingkungan usaha.
2. Membuang produk jasa yang kurang diminati konsumen, sebagai bentuk mengurangi pengeluaran penjualan. Dan dapat meningkatkan profit penjualan dengan membuang produk yang tidak menguntungkan penjualan.
3. Meningkatkan sikap layanan yang baik, ini memberikan hal positif kepada konsumen. Faktor penting menarik konsumen untuk berlangganan. Sebagai daya tarik minat konsumen.
4. Memberikan bonus, atas transaksi terus menerus yang dilakukan konsumen kepada penjualan jasa.
5. Melakukan promosi jasa, bisa dilakukan melalui sosial media, atau dengan memberikan diskon menarik di setiap transaksi pada waktu tertentu.

Prosedur BRILink

Agen BRILink

Agen BRILink merupakan bentuk usaha jasa yang dimiliki individu dengan berkejasama oleh pihak Bank BRI. Dalam menjalankan usahanya Agen BRILink mengikuti Persyaratan menjadi Agen BRILink menurut situs resmi Bank BRI yaitu :

1. Identitas : melakukan fotocopy dokumen identitas pemilik: KTP pemilik atau pengurus atau NPWP pemilik (untuk badan usaha).
2. Dokumen usaha : melakukan fotocopy legalitas usaha : surat keterangan

usaha minimal dari RT/RW, atau SIUP, SITU, TDP (Untuk Agen Berbadan Usaha).

3. Pengajuan : Ajukan kelengkapan dokumen ke unit kerja BRI terdekat.
4. Rekening tabungan : fotocopy bukti kepemilikan rekening: Buku, Tabungan tau rekening koran.
5. Dokumen Pengajuan : dokumen pengajuan Agen BRILink: formulir pengajuan Agen BRILink perjanjian kerjasama.

Fasilitas produk dan layanan dalam Agen BRILink :

1. Layanan Mini ATM : digunakan untuk pembayaran listrik, bayar telepon, bayar cicilan, isi pulsa, transfer, tarik atau setor tunai, top up brizzi.
2. Layanan T-Bank : setor tunai, tarik tunai, registrasi.
3. Layanan Laku Pandai : Tabungan, kredit mikro, dan asuransi mikro.

Sistem kesepakatan BRILink dengan Bank BRI di sebut sebagai sistem Sharing Fee. Dimana nominal Fee di setiap layanan transaksi yang dilakukan Agen Sudah ditetapkan oleh Bank BRI. Di akhir bulan laporan transaksi Agen BRILink di perlihatkan pendapatan profit bersihnya setelah di ditambahkan dengan Fee yang dihitung oleh Bank BRI.

Analisis SOAR

SOAR merupakan sebuah metode analisis penjualan dari SWOT yang kemudian dikembangkan lagi menjadi SOAR. SOAR terdiri dari Strength (kekuatan), Opportunity (peluang), Aspiration (aspirasi), dan result (hasil). Menganalisis

1. *Strength* (kekuatan) : mengukur kekuatan yang dimiliki perusahaan. Digunakan sebagai landasan strategi penjualan. Dipengaruhi oleh faktor internal penjualan perusahaan.
2. *Opportunity* (peluang) : suatu kondisi dimana perusahaan mampu untuk memanfaatkan keadaan diluar persaingan. Dengan membuat proses pemanfaatan kesempatan itu menjadi keuntungan bagi perusahaan.
3. *Aspiration* (aspirasi) : berupa gambaran yang di inginkan perusahaan dalam membentuk meraih masa depan perusahaanya lebih baik.

Dalam berbagai langkah apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualanya.

4. *Result* (Hasil) : sebuah hasil dari kegiatan - kegiatan perusahaan. Dengan mengukur dan membuktikan hasil dari usaha yang dijalankanya bagaimana. Apakah perusahaanya mengalami penurunan penjualan atau laba.

Penelitian terdahulu

Penelitian ini melalui penelitian terdahulu. Dalam Strategi Peningkatan Profit Penjualan Jasa BRILink ini berasal dari berbagai tahapan peneliti terdahulu pertama berjudul "Biaya Transaksi Perbankan Melalui Agency Banking sebagai kompetitif strategi: studi kasus bank umum kenya di nakuru county".

Menurut Kipng'etich et al, (2018) dalam penelitian putu ayu sruti menyatakan bahwa "Agen bank digunakan oleh perbankan sebagai penyaluran yang penting untuk jasa keuangan sebagai bentuk bantuan biaya operasional bank". BRILink sebuah perkembangan dari produk Bank BRI yang memudahkan masyarakat melakukan transaksi tanpa harus menunggu antrian. Dan pelayanan BRILink merupakan layanan tanpa kantor. BRILink sudah beroperasi dari tahun 2013.

Kemudian penelitian tersebut di kembangkan oleh Putu Ayu Sruti pada tahun (2019) dalam penulisanya berjudul "Analisis Penerapan Program Laku Pandai pada PT XYZ". Sebagai penelitian kedua menerangkan mekanisme BRI dalam menjalankan program Laku Pandai Agen BRILink penelitian ini dalam pencapaian target nasabah Laku Pandai dan menganalisa terhadap manfaat dan kendalanya.

Peneliti Rosa Kumalasari berjudul "Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen BRILink Pada Kegiatan Perbankan Di Kantor Caban BRI Parakan". Penelitian ketiga dilakukan tahun (2018) menjelaskan Laku Pandai dapat terselenggara dengan baik diperlukan upaya untuk memperbaiki atau menyediakan jaringan internet di lokasi agen Laku Pandai. Kerahasiaan data nasabah perlu aturan dan sanksi yang

jelas mengenai kewajiban agen untuk memberikan perlindungan kepada nasabah agar nasabah tidak perlu merasa khawatir mengenai kebocoran data.

Ayu Endah Trima melakukan penelitian kepada Agen BRILink tahun (2018) dengan judul “Prosedur Akuisisi Agen BRILink Mobile Pada PT BRI (Persero) Tbk”. Hasil pembahasannya penelitian keempat itu memperoleh pemahaman mengenai prosedur akuisisi Agen BRILink mobile dan menyusun flowchart terkait prosedur tersebut.

Penelitian dengan Judul “Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRILink” yang diteliti oleh Muhammad Hanafi Zuardi dan Rita Rahim pada tahun (2020) sebagai Mahasiswa IAIN Metro Lampung. Hasil pembahasan penelitian kelima mengetahui dan mendeskripsikan apa yang menjadi pertimbangan minat nasabah dalam menggunakan layanan atau produk BRILink.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan ini lebih membahas tentang Strategi Penjualan yang dapat meningkatkan hasil Profit Jasa BRILink. Dan faktor – faktor pendorong seperti apa yang mempengaruhi Profit penjualan.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini dibuat untuk menjelaskan alur penelitian penulis untuk mencapai hasil yang maksimal. Penelitian dilakukan kepada Agen BRILink Sukamandi Jaya yang memiliki strategi penjualan sebagai persaingan antar Agen. Bertujuan menarik konsumen bertransaksi lebih banyak sehingga keuntungan yang didapatkan Agen meningkat.

Dengan melalui faktor internal yang terjadi dalam penjualan jasa BRILink yaitu:

1. Menjaga kestabilan modal tunai dan saldo yang dimiliki Agen BRILink
2. Menambahkan fitur produk lain di BRILink
3. Tingkat keamanan sistem informasi
4. Fasilitas alat pendukung transaksi

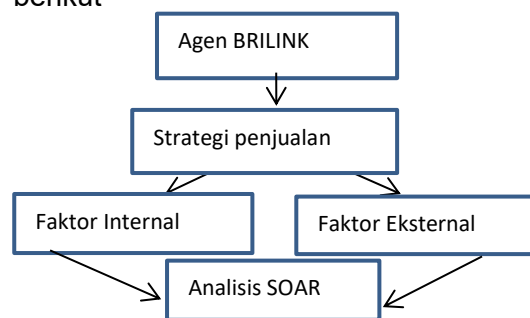
Dan dari faktor eksternal yaitu:

1. Tarif transaksi
2. Lokasi strategis aman dan nyaman.
3. Kecepatan merespon konsumen.

4. Berkerjasama dengan baik dengan distributor lain.
5. Penguasaan market share promosi yang terjadi dalam usaha Agen

BRILink.

Selanjutnya menggunakan Strategi dalam meningkatkan profit penjualan Agen BRILink Sukamandi melalui faktor eksternal dan internal. Di analisis menggunakan Analisis SOAR SOAR terdiri dari Strength (kekuatan), Opportunity (peluang), Aspiration (aspirasi), dan result (hasil). kekuatan dari strategi penjualan yang dilakukan oleh Agen BRILink Sukamandi melalui faktor internal pihak usaha. Dan menjadikan peluang keuntungan dari faktor internal dan eksternal. Untuk mendapatkan suatu tujuan dan hasil dari strategi penjualan yang diterapkan Agen BRILink Sukamandi. Maka dibuatlah kerangka berpikir sebagai berikut



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

METODOLOGI PENELITIAN

Model Penelitian

Model penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Dengan tujuan mendapatkan bentuk gambaran mengenai sesuatu fenomena berdasarkan hasil dari pandangan manusia yang diteliti.

Sumber data

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber primer. Menurut Sugiyono (2016:137) “ sumber primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Maka dari itu sumber data ini berkaitan dengan Strategi Penjualan yang sudah diterapkan tiap – tiap Agen BRILink Sukamandi. Pihak yang berkaitan yaitu Agen BRILink Hero,

Agen BRILink Warung, Dan Agen BRILink Cucu. Meliputi Pemilik, dan Karyawan.

Metode penelitian

atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari.

Metode penelitian yang digunakan

Operasional Variabel dilakukan untuk

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber
Strategi Penjualan	Menurut Robert W. Palmatier dan Shrihari Sridhar dalam bukunya <i>"Marketing Strategy"</i> menjelaskan <i>marketing strategy is something that consists of decisions and actions focused on building a sustainable differential advantage, relative to compotitors, in the minds of costumers, in order to create value for stakeholders.</i>	Faktor Eksternal Penjualan	1. Tarif transaksi 2. Lokasi strategis aman, nyaman 3. Kecepatan merespon konsumen 4. Berkerjasama dengan baik dengan distributor lain 5. Penguasaan market share promosi	Hasil wawancara	1. Agen BRILink Hero-EDC 2. Agen BRILink Warung Melon - EDC 3. Agen BRILink Cucu Yunani– No EDC
		Faktor Internal	1. Menjaga Kestabilan modal tunai dan saldo 2. Menambahkan Fitur Produk lain di BRILink 3. Tingkat Sistem Informasi aman 4. Fasilitas alat pendukung transaksi	Hasil wawancara	1. Agen BRILink Hero-EDC 2. Agen BRILink Warung Melon - EDC 3. Agen BRILink Cucu Yunani– No EDC

dengan melakukan Teknik wawancara dan dokumentasi. Dan menggunakan teknik lainnya yaitu analisis SOAR. Analisis SOAR merupakan sebuah metode analisis penjualan dari SWOT yang kemudian dikembangkan lagi menjadi SOAR. SOAR terdiri dari Strenght (kekuatan), Opportunity (peluang), Aspiration (aspirasi), dan result (hasil). Hasil penelitian ini fokus terhadap faktor eksternal dan internal penjualan. Sehingga dari faktor tersebut mendapatkan suatu peluang dan kekuatan dari strategi penjualan yang di terapkan masing – masing Agen BRILink Sukamandi. Dan tahap akhirnya mendapatkan suatu

aspirasi dan hasil dari strategi penjualan yang diterapkan Agen BRILink Sukamandi.

Definisi Operasional Variabel

Menurut sugiyono (2016) “ Variabel penelitian adalah suatu atribut

mengukur suatu variabel dalam penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan hasil dari penelitian. Berikut tabel Operasional Variabel penelitian :

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pembahasan

Agen BRILink Sukamandi merupakan bentuk layanan keuangan tanpa kantor dari BRI yang di awasi oleh Otoritas Jasa

Keuangan dan Layanan Pinjaman Simpanan. Sekitar $\pm$ 30 Agen BRILink di sukamandi. Agen BRILink sukamandi sudah beroperasi sekitar 4 bulan sampai 5 tahun. Agen bertujuan mencari keuntungan yang maksimal dalam jumlah transaksi penggunaan konsume dengan melakukan berbagai cara strategi penjualann. Dalam pembahasan penelitian ini wawancara dengan narasumber pemilik Agen BRILink,dan Karyawan Agen BRILink, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun beberapa faktor internal dan eksternal dalam strategi penjualan yang dilakukan masing-masing Agen BRILink sukamandi.

Faktor eksternal Agen BRILink Sukamandi Jaya :

1. Agen BRILink Warung Hero

Berdiri sudah 2 tahun dari tahun 2019. BRILink hero menduduki posisi ke 8 dalam wilayah cabang pamanukan. Sebulan bisa menghasilkan sekitar 300 sampai 500 transaksi. Pemilik utama BRILink Hero bernama Bapak Iyan Indra susilo. Beliau merupakan karyawan di Bank BRI. Dalam menjalankan usahanya bersama istrinya Ibu Mega Handayani sebagai pemilik kedua. Dalam hasil wawancara faktor eksternal melalui Pemilik utama:

1. Lokasi : Mengenai Lokasi Sangat strategis karena tempatnya di jalan utama yang sering masyarakat lewati. Dan lokasi sangat aman.
2. Tarif Trasaksi : Tarif transaksi tarik tunai dan transfer dengan tarif murah dibandingkan tarif agen lainnya. Dalam hal tarik tunai hanya 1x bayar tidak dikenakan double bayar walaupun melakukan 2x transaksi atau lebih, dikarenakan menggunakan Atm konsumen bukan atm pemilik Agen.

3. Layanan konsumen : Komplain dari pihak luar diatasi dengan cepat langsung kepada pemilik utama sebagai karyawan bank. Pemilik Warung Hero ini melakukan pendekatan kepada konsumen dengan menyapa konsumen dengan baik. Dan melakukan telusuran rumah konsumen yang memiliki usaha juga sebagai daya tarik sehingga konsumen itu menjadi pelanggan setia warung hero.
4. Pendekatan Distributor: Warung Hero memiliki distributor lain dari bukalapak, shopee, dalam bentuk Menambahkan produk Voucher game, Pulsa, token, serta pembayaran lainnya. Untuk menambahkan menu pembayaran dan meningkatkan transaksi. Tidak hanya itu saja melainkan Agen Hero bekerja sama menjagi Agen Mandiri.
5. Market share : Melakukan promosi dilakukan dengan struk transaksi dikumpulkan oleh konsumen dengan minimal 15 transaksi mendapatkan bonus 1x transaksi. Hal ini dilakukan Warung hero strategi penjualanya juga.

Tabel 4.1 Tarif Administrasi

BANK BRI AGEN BRILINK			
DAFTAR ADMINISTRASI TRANSAKSI BRILINK			
NO	JENIS TRANSAKSI	PENDAHULUAN	
		TARIF	KETERANGAN
		1. 1.000.000,- s.d Rp. 2.000.000,-	Rp. 1.000,-
		2. 2.000.000,- s.d Rp. 5.000.000,-	Rp. 2.000,-
NO	JENIS TRANSAKSI	TRANSFER ANTAR BANK (BRI)	
		TARIF	KETERANGAN
		1. 1.000.000,- s.d Rp. 2.000.000,-	Rp. 1.000,-
		2. 2.000.000,- s.d Rp. 5.000.000,-	Rp. 2.000,-
NO	JENIS TRANSAKSI	TRANSFER ANTAR BANK (LAIN)	
		TARIF	KETERANGAN
		1. 1.000.000,- s.d Rp. 2.000.000,-	Rp. 1.000,-
		2. 2.000.000,- s.d Rp. 5.000.000,-	Rp. 2.000,-
NO	JENIS TRANSAKSI	PENDAHULUAN	
		TARIF	KETERANGAN
		1. 1.000.000,- s.d Rp. 2.000.000,-	Rp. 1.000,-
		2. 2.000.000,- s.d Rp. 5.000.000,-	Rp. 2.000,-

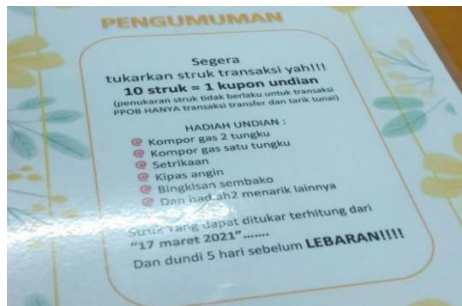
2. Agen BRILink Warung Transfer Melon

Berdiri sudah 5 tahun dijalankan oleh Ibu Windi yang dibantu bersama karyawannya. Bernama asyanti. Dalam sebulan menghasilkan sekitar $\pm$ 150 transaksi. Strategi Penjualan jasa yang dilakukan Agen BRILink Warung Transfer Melon melalui faktor eksternal dengan wawancara 21 maret 2020 dengan karyawan :

1. Lokasi : Penetapan lokasi yang Strategis jauh dari bank BRI dan

tempatnyadi pedalaman kampung daerah wangun. Dimana tempat itu masih minim penjualan usaha hanya terdapat Toko sembako kecil, Warung nasi, dan Toko BRILink ibu windi.

2. Tarif administrasi : Beliau menetapkan harga tarik tunai double bayar walaupun menggunakan Atm konsumen sesuai transaksi tunai yang konsumen lakukan dengan tarif administrasi Rp. 15.000, dan melakukan transfer lain.
3. Layanan konsumen : Permasalahan konsumen kode eror transferan berhasil tetapi di pihak yang mendapatkan transferan belum masuk. Dilakukan dengan membuat ketenangan agar konsumen tidak panik. Kemudian melakukan diproses selesai 1 minggu mengenai transaksi yang ke debit 2x dengan pihak bank BRI.
4. Distributor Warung tidak memiliki produk pihak lain.
5. Market share : Melakukan promosi berupa undian hadiah. Berikut hadiah undian yang di dapatkan :



Gambar 4.1 Promosi Undian

Promosi tersebut dilakukan untuk menarik pelanggan dengan mengumpulkan struk transaksi.

3. Agen BRILink Cucu

Ibu Cucu Pemilik Agen BRILink yang berlokasi di Kampung Margamulya. Sudah berdiri selama 4 bulan ditahun 2021. Alasan Ibu Cucu mendirikan Usaha Agen BRILink dikarenakan ingin membantu suaminya dalam mencari nafkah keluarga. Agen BRILink ibu cucu ini dibantu oleh karyawan dalam menjalankan usahanya. Adapun Faktor Eksternal Agen BRILink

Cucu dilakukan melalui wawancara 21 maret 2020 dengan karyawan :

1. Lokasi : tidak strategis karena banyak pesaing di daerahnya dan juga posisi Agen Ibu cucu di tengah dalam Gang bukan jalan utama yang dilintasi banyak orang.
2. Layanan konsumen : dalam mengatasi permasalahan pihak konsumen mengenai transaksi ibu cucu langsung ke pihak bank tanpa menunggu waktu lama.
3. Tarif administrasi : Penetapan mulai dari Rp. 7.000 sampai 15.000 untuk transaksi dibawah Rp. 1.000.000.
4. Distributor : Agen Cucu tidak memiliki produk tambahan BRI.
5. Market Share : Tidak menggunakan strategi promosi melainkan strategi pendekatan. Menurut lala "Strategi penjualan juga bisa digunakan dengan sistem transaksi panggilan jadi nanti saya ke rumah konsumen, apabila konsumen tidak bisa ke rumah saya atau konsumen sedang sakit tetapi ingin bertransaksi langsung, maka saya ke rumah konsumen".

Jadi strategi penjualan Agen BRILink Sukamandi melalui faktor eksternal dilihat melalui lokasi strategis jauh dari Bank, dan ramai oleh pengunjung dan menghindari pesaing. Melakukan Promosi dan pendekatan kepada konsumen sebagai daya tarik pelanggan. Peningkatan kerjasama melalui distributor lain dengan menambahkan produk lain kedalam menu BRILink. Kecepatan merespon dengan baik di gunakan sebagai strategi penjualan Agen. Menaikan harga sebagai meningkatkan profit tetapi harus hati hati konsumen akan mencari agen yang lebih murah.

Faktor Internal Agen BRILink Sukamandi

1. Agen BRILink Warung Hero

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 21 Maret 2021. Mengenai faktor internalnya Strategi penjualan Agen BRILink. Melalui wawancara Pemilik kedua yaitu Ibu Mega Handayani,istri Dari pemilik

pertama Bapak Iyan Indra Susilo. Dalam faktor internalnya yaitu:

1. Modal : yang dibutuhkan awal sekitar Rp. 3.000.000 sehingga berkembang memiliki Rp. 500.000.000 hingga saat ini. Permasalahan yang terjadi dalam Agen BRILink di warung hero mengenai saldo bertambah tetapi minim atau berkurangnya uang tunai. Agen warung hero mencari strategi dengan cara barter ke sesama antar agen. Sebagai bentuk menjalin silaturahmi, dan tidak dikenakan biaya karena antar agen harus saling membantu.
2. Fitur produk : agen warung hero lengkap bekerjasama dengan pembayaran transaksi selain dari produk BRI.



Gambar 4.2 Menu Selain BRILink

3. Pendapatan : sangat menguntungkan bagi Agen BRILink. Setiap Bulan mendapatkan $\pm$ 15.000.000.
4. Beban pengeluaran : Agen Hero untuk meningkatkan keuntungannya tidak mengenakan karyawan, pada sebelumnya menggunakan karyawan. Beban Listrik sekitar Rp. 100.000 setiap bulan.
5. Sistem informasi keamanan data : sangat di utamakan dan dijaga apabila terjadi sistem eror maka tindakan yang terjadi segera ke Bank BRI.
6. Fasilitas teknologi : dalam warung hero mempunyai sinar ultraviolet sebagai pengecekan uang asli, mesin hitung uang membantu lebih cepat kinerja Agen, dan terutama

mesin EDC BRILink menggunakan sim card jaringan lebih mudah dibandingkan EDC wi-fi. Selain itu EDC mandiri, warung hero juga berlangganan mandiri sebagai peningkatan keuntungan.

7. Sistem Sharing Fee : mendapatkan $\pm$ Rp. 350.000 setiap bulan. Dalam sistem fee sharing menguntungkan karena merupakan bonus pendapatan dari transaksi BRILink.

2. Agen BRILink Warung Transfer Melon

Hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 21 maret 2021 dalam faktor internalnya menggunakan narasumber pemilik utama Ibu Windi di dasari berdasarkan faktor internalnya yaitu :

1. Modal : dengan Rp. 2.000.000. permasalahan yang dialami dengan modal umumnya tunai lebih tetapi saldo minim dikarenakan 3 hari sekali nabungnya di bank nya. Diatasi melalui sistem barter dengan agen BRILink lainnya. Tidak dikenakan biaya administrasi antar agen.
2. Fitur produk : lengkap tetapi tidak menambah EDC lain seperti warung hero. EDC yang digunakan fokus terhadap EDC BRI.
3. Pendapatan Agen Ibu Windi setiap bulan Sekitar $\pm$ Rp.12.000.000.
4. Beban pengeluaran : membayar karyawan Rp. 1.500.000 dan beban listrik Rp. 500.000
5. Sistem infomarsi keamanan data : dilakukan dengan sangat teliti karena penting keamanan data itu jika ada permasalahan maka melakukan pelaporan kepada pihak distributor lain.
6. Fasilitas teknologi : dengan memakai EDC, Printer Bluetooth, dan komputer.
7. Sistem sharing Fee : mendapatkan $\pm$ Rp. 200.000. pandangan Agen Warung transfer melon tentang sharing fee ini positif menguntungkan sebagai pendapatan tambaham produk dia.

3. Agen BRILink Cucu Yunani

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 21 maret 2021. Mengenai faktor internal strategi penjualan Agen Cucu ini. Melalui Pihak Internal Pemilik utama yaitu bu Cucu faktor internalnya yaitu permasalahan :

1. Modal : tidak harus membutuhkan modal banyak dalam pertama kali membuka usaha Agen BRILink. Modal Awal Rp. 3.000.000. Menyelesaikan permasalahan Saldo kurang dan tunai banyak dengan melakukan sistem barter sama seperti Agen BRILink lainnya.
2. Fitur produk : tidak ditambahkan hanya berfokus kepada produk BRI.
3. Sistem informasi keamanan data : dilakukan dengan sangat hati menjaga informasi data BRILink sangat privasi.
4. Teknologi : masih kurang karena belum mendapatkan EDC tetapi menggunakan printer bluetooth, mesin hitung, Sinar Ultra Violet, dan komputer. Sehingga jika konsumen melakukan transaksi tarik tunai selosinya memberikan kepada agen lain yang memiliki EDC.
5. Sistem sharing Fee : Agen Cucu tidak mendapatkan karena belum mendapatkan EDC. Butuh waktu 6 bulan untuk mendapatkannya. Dan
6. Pendapatan : dalam sebulan mendapatkan $\pm$ Rp. 6.000.0000.
7. Biaya Pengeluaran : Gaji Karyawan Dikenakan Rp. 700.000. Ibu Cucu mengurangi karyawan yang sebelumnya memiliki 2 karyawan sekarang hanya 1 karyawan sebagai bentuk pengurangan pengeluaran usahanya. Beban Listrik Rp.200.000. dan Beban Kuota Rp. 100.000 untuk usaha Agen BRILink.

Jadi dalam faktor internal Agen BRILink ini sebagai strategi penjualan. menggunakan sistem barter antar Agen apabila yang dimiliki Saldo rendah dan

tunai banyak atau sebaliknya. Melakukan pengurangan beban yaitu dengan mengurangi dan memberhentikan karyawan. Menambahkan fitur produk BRILink. Dan menggunakan teknologi canggih dalam membantu lebih efisien kegiatan transaksi.

Perhitungan Profit Penjualan Berdasarkan Hasil wawancara kepada Pemilik dan Karyawan Agen BRILink Sukamandi Jaya :

Tabel.4.2 Profit Warung Hero

Pendapatan BRILink	Rp 15.000.000
Sharing Fee	Rp 350.000
Beban pengeluaran :	
Beban Listrik	Rp 100.000
Beban Karyawan	tidak ada karyawan
Total	Rp 15.250.000

Tabel 4.3 Profit Warung Tranfer Melon

Pendapatan BRILink	Rp 12.000.000
Sharing Fee	Rp 200.000
Beban pengeluaran :	
Beban Listrik	Rp 500.000
Beban Karyawan	Rp 1.500.000
Total	Rp 10.200.000

Tabel 4.4 Profit Cucu Yunani

Pendapatan BRILink	Rp 6.000.000
Sharing Fee	Rp -
Beban pengeluaran :	
Beban Listrik	Rp 200.000
Beban Karyawan	Rp 700.000
Beban Kuota	Rp 100.000
Total	Rp 5.000.000

Analisis SOAR

Strenght (Kekuatan)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Agen BRILink dan Karyawan Agen BRILink sukamandi memiliki kekuatan dari faktor internal :

1. Agen Menambahkan produk penjualan Bukalapak, Shope, voucher Game sebagai peningkatan penjualan.

2. Dengan mengurangi karyawan sehingga beban yang dikeluarkan menurun.
3. Agen menggunakan sistem barter saldo dan tunai antar Agen untuk menjalin pendekatan silaturahmi.
4. Kemudahan dalam bentuk bertransaksi menggunakan teknologi pendukung Alat EDC, dan Printer Bluetooth.
5. Sistem Informasi keamanan dilakukan dengan baik dan aman dengan menggunakan Lampu Ultra Violet pengecekan uang palsu, dan alat mesin uang untuk memudahkan uang palsu dan lebih mudah menghitung uang dengan jumlah banyak.

Opportunities (Peluang)

Dalam kondisi strategi penjualan Agen BRILink yaitu dengan melihat peluang – peluang melalui faktor internal dan eksternal :

1. Pendekatan dengan distributor menjalin komunikasi yang baik dalam proses kerja sama menambahkan produk penjualan.
2. Pendekatan dengan konsumen memberikan pelayanan yang baik dan membuat konsumen tidak panik, jika sedang terjadi permasalahan kode eror.
3. Fakta tarif harga sebagai daya saing menjadikan peluang yang baik digunakan dengan menerapkan tarif harga murah di antar Agen BRILink lain.
4. Menggunakan EDC tambahan selain EDC BRI sebagai menarik konsumen bank lain.
5. Kondisi lokasi yang strategis jauh dari Bank dan jalan utama yang selalu dilintasi oleh banyak orang. Sangat menguntungkan bagi pihak Agen. Konsumen memilih Agen dibandingkan bertransaksi jauh dan mengantri di Bank.
6. Fakta Promosi dilakukan menarik konsumen sehingga bertransaksi terus menerus. Promosi ini berupa Voucher Undian barang, atau bonus free 1x transaksi jenis lainnya.

Aspiration (Aspirasi)

Harapan yang di inginkan Agen BRILink Sukamandi. Dalam penelitian ini dari hasil wawancara adalah :

1. Meningkatkan penjualan jasa transaksi dengan membuat inovasi baru terus menerus sebagai strategi penjualan dalam mendapatkan keuntungan bersih (profit).
2. Melakukan pendekatan dan layanan yang lebih baik antar agen dan konsumen sebagai pencapaian kinerja meningkatkan Agen BRILink.

Result (Hasil)

Berdasarkan hasil penelitian ini yang merupakan indikator strategi peningkatan profit yaitu :

1. Beban pengeluaran rendah
2. Konsumen meningkat bertransaksi melalui Agen BRILink
3. Jumlah keuntungan meningkat penjualan jasa melalui transaksi dan sistem Free sharing dari BRILink dan produk lain.

KESIMPULAN

Penelitian strategi penjualan dalam meningkatkan profit penjualan di Agen BRILink Sukamandi jaya menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara. Hasil wawancara kepada pemilik, dan karyawan Agen BRILink di Sukamandi Jaya. Dari hasil penelitian ini yang telah dilakukan mengenai strategi penjualan Agen BRILINK di Sukamandi Jaya dapat disimpulkan bahwa Layanan keuangan tanpa kantor ini mempermudah masyarakat dalam bertransaksi tanpa antrian. Strategi penjualan digunakan sebagai bentuk persaingan antar Agen BRILink. Sebagai upaya meningkatkan penjualan usaha ini Agen melakukan inovasi terhadap cara kerja maka agen berhasil meningkatkan keuntungan penjualannya. Strategi dengan lokasi yang strategis, pendekatan konsumen, pendekatan distributor lain, kerjasama antar Agen BRILink dan penerapan tarif yang murah ini berdampak terhadap kinerja usaha Agen BRILink. Fasilitas teknologi juga di gunakan oleh agen dalam mempermudah proses transaksi usahanya.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Saran

Peneliti bermaksud ingin memberikan saran kepada Agen BRILink semoga kedepannya peneliti dapat mengkaji lebih dalam mengenai Agen BRILink dengan laporan masuk dan keluar transaksi, mempelajari perhitungan tentang penerapan Fee dari BRILink dan Bank BRI, dan juga kedepannya dapat menggunakan strategi penjualan secara simultan dengan melakukan inovasi mengikuti perkembangan teknologi yang canggih.

Keterbatasan

Dalam pulisan penelitian ini penulis mendapatkan keterbatasan kendala dengan tidak mendapatkan dokumen catatan langsung dari Hasil Transaksi Pengeluaran masuk dan keluar jenis transaksi apa saja dari Agen BRILink karena bersifat privasi. Sehingga mendapatkan Informasinya dari hasil wawancara yang di ucapkan oleh Pemilik dan karyawan. Dan mendapatkan laporan transaksi akhir bulan Februari dari Kantor Bank BRI Sukamandi Jaya berupa total transaksi, Nominal Transaksi, total Fee BRILink, dan total Fee BRI.

REFERENCES

Buku

- Moekijot, 2015. Kamus manajemen. Bandung : Alumni 1980
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Robert W. Palmatier dan Shrihari Sridhar, 2017. Marketing Strategy. USA
- Husein Umar, 2001. Strategic Management In Action. Jakarta: PT Gramadeia Pustaka Utama

Website

- <http://www.ojk.go.id/id/Pages/Laku-Pandai.aspxh>
- <http://bri.co.id>
- <http://sharingvision.com>

Jurnal

- Putu A. Dan Budi F. 2019. Analisis Penerapan Program Laku Pandai Pada PT. XYZ. Jakarta
- Kumalasari, Rosa. 2018. Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Layanan Agen BRILink Pada Kegiatan Perbankan Di Kantor Cabang BRI Parakan. Semarang
- Muhammad H. Dan Rita R. 2020. Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRILink. IAIN Lampung
- Anton, FX. 2017. Menuju Teori Stewardship Manajemen. Universitas AKI Semarang
- Arief, Muhammad. 2017. Peran Penjualan Dalam Perusahaan. Jakarta
- Kipng'etich. 2018. Biaya Transaksi Perbankan Melalui Agency Banking Sebagai Kompetitif Strategi: Kasus Bank Umum Kenya Di Nakuru County. Jepang
- Endah Trima, Ayu. 2018. Prosedur Akuisisi Agen BRILink Mobile Pada PT BRI (Persero) Tbk.
- Alfama Z, Adelia. 2020. Analisis SOAR Pada Strategi Pemasaran Di Industri Jasa Finance. Riau