



Pengaruh Lokasi Dan Produk Terhadap Pendapatan Agen BRILink Pada Kabupaten Gorontalo

Marsyandah Irwan Polapa^a, Zulkifli Bokiu^b, Amir Lukum^c

^{a,b,c} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman, Gorontalo, Indonesia

Email: nandapolapa@gmail.com^a, zulkiflibokiu@ung.ac.id^b, amirlukum@ung.ac.id^c

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received 03-06-2024

Revised 18-08-2024

Accepted 19-08-2024

Kata Kunci:

Lokasi, Produk,
Pendapatan

Keywords:

Location, Product, Income

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan produk terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner yang dibagikan langsung kepada agen BRILink Kabupaten Gorontalo. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *Proportionate Stratified Random Sampling* diperoleh 82 sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. 2) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. 3) Secara simultan lokasi dan produk berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo.

A B S T R A C T

This research aims to investigate the effect of location and product on the income of BRILink agents in Gorontalo Regency. This research utilizes a quantitative method. The primary data in this research is obtained through questionnaire distributions to the BRILink agents in Gorontalo Regency. This research uses the proportionate stratified random sampling method, which results in 82 samples. The data analysis technique in this research uses descriptive statistical tests, validity and reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis tests using the multiple regression analysis. Therefore, the results of this research indicate that: 1) The location has a positive and significant effect on the income of BRILink agents in Gorontalo Regency. 2) The product has a positive and significant effect on the income of BRILink agents in Gorontalo Regency. 3) Simultaneously, location and product have a positive effect on the income of BRILink agents in Gorontalo Regency.

PENDAHULUAN

Bank BRI merupakan salah satu lembaga keuangan yang terbesar di Negara Indonesia. Saat ini Bank BRI tumbuh secara dinamis dan memiliki tempat pelayanan yang berada hampir di setiap wilayah Indonesia. Hal ini diakibatkan oleh perkembangan pasar dan beragamnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan jasa perbankan dari waktu ke waktu. Bank BRI kini telah menjadi bagian penting dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya layanan dan produk perbankan yang lengkap serta jaringan kerja yang luas dan teknologi yang canggih Bank BRI telah siap memenuhi seluruh kebutuhan nasabah.

Pada tahun 2012 Pemerintah serta Bank telah menyiapkan Branchless Banking atau sebuah layanan perbankan tanpa bergantung pada kantor cabang dengan menggunakan teknologi untuk menjangkau para nasabahnya. Tindak lanjut dari hal tersebut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2015 meluncurkan program LAKU PANDAI (Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif). Kemudian BRI merilis program BRILink sebagai bentuk tindak lanjut dari layanan tersebut. Karena nasabah BRI mencakup seluruh Indonesia hingga ke daerah pelosok, hal ini tentu sangat menguntungkan bagi BRI.

Layanan BRILink bisa menjangkau masyarakat yang ada di berbagai pelosok untuk mendapatkan layanan real time online banking tanpa harus datang ke unit BRI dan mengantri di Teller. Melalui agen BRILink, masyarakat dapat melakukan berbagai macam transaksi berupa transfer sesama BRI maupun antar Bank, tarik dan setor tunai, berbagai pembayaran tagihan berupa tagihan PLN, telepon, PDAM, BPJS, pembayaran cicilan kredit kendaraan dan beberapa layanan perbankan lainnya. Agen BRILink akan mendapatkan tambahan pendapatan berupa biaya administrasi. Akan tetapi, BRILink memiliki sebuah kelemahan dari segi transaksi dikarenakan transaksi yang dilakukan oleh BRILink ini menggunakan layanan operasi jaringan akibatnya sering terjadi kegagalan dalam transaksi karena gangguan tersebut.

Lokasi merupakan salah satu kunci dalam strategi pemasaran dan operasional sebuah bisnis. Keputusan mengenai lokasi dapat mempengaruhi sejumlah faktor, termasuk aksesibilitas, visibilitas, dan tingkat persaingan. Pemilihan lokasi BRILink yang strategis dapat meningkatkan daya tarik terhadap usaha, peningkatan jumlah pelanggan, serta mempengaruhi pendapatan secara keseluruhan. Selain lokasi, produk yang ditawarkan juga memiliki peran yang signifikan dalam menentukan pendapatan sebuah usaha. Kualitas, keunikan, harga, dan relevansi produk dengan kebutuhan pasar menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik produk serta pendapatan yang dihasilkan. Produk yang dimiliki oleh BRILink diantaranya adalah setor tunai, tarik tunai, transfer, dan pembayaran. Secara umum, lokasi dan produk memiliki peran yang signifikan dalam menentukan pendapatan suatu perusahaan. Pendapatan agen BRILink berasal dari sharing fee dimana agen BRILink memperoleh 50% dan BRI juga memperoleh 50%. Selain itu agen juga mendapatkan keuntungan lain berupa biaya administrasi dari transaksi yang dilakukan.

Beberapa penelitian terdahulu tentang beberapa topik yang sama, namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya, yaitu: Penelitian yang

dilakukan oleh Hero Desyantama (2023) hasil penelitian ini yaitu tujuan utama Agen BRILink ialah memberikan layanan perbankan yang sama dengan kantor terhadap masyarakat atau nasabah BRI. BRILink Kec. Sukarame menggunakan strategi pemasaran Product, Price, Place, dan Promotion dalam meningkatkan pendapatan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Devi Yulianti dan Darmo H. Suwiryo (2022) hasil penelitian menunjukkan sistem bagi hasil yang diterapkan oleh BRI kepada Agen BRILink yaitu sharing fee dimana agen BRILink memperoleh 50% dan BRI juga memperoleh 50%. Selain itu agen juga mendapatkan keuntungan lain berupa biaya administrasi dari hasil transaksi. Jenis perjanjian kerjasama berupa surat perjanjian yang bertuliskan 13 pasal. Dan mekanisme layanan keuangan tanpa kantor di Desa Sukarsari dan Desa Gandasari, Kec. Kadupandak, Kab. Cianjur sudah sesuai dengan unsur-unsur pelayanan.

Saat ini BRI mencatat jumlah agen BRILink di Indonesia sebanyak 654.677 agen, hal ini telah melampaui target 2023 yaitu sebanyak 615 ribu agen. Akibat pesatnya pertumbuhan agen BRILink membuat adanya persaingan antar agen sehingga membuat agen BRILink berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Keuntungan berupa pendapatan dari sharing fee dengan BRI dan biaya administrasi yang dikenakan terhadap nasabah yang membuat banyak nasabah tertarik untuk mendaftarkan diri menjadi agen BRILink.

Ada banyak faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan Agen BRILink, akan tetapi penulis tertarik untuk meneliti terkait faktor lokasi dan produk. Pemilihan variabel Lokasi (X1) dikarenakan lokasi merupakan faktor penting dalam bisnis, terutama dalam penentuan potensi pasar dan aksesibilitas pelanggan. Dan variabel Produk (X2), dikarenakan produk merupakan faktor kunci yang mempengaruhi pendapatan. Kemudian alasan penulis memilih Kabupaten Gorontalo sebagai lokasi penelitian karena pada wilayah Gorontalo, agen BRILink terbanyak berada pada Kabupaten Gorontalo.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Marketing Mix

Marketing mix merupakan kumpulan variabel pemasaran yang digabungkan dan dikendalikan oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dari target market. *Marketing mix* atau juga dikenal dengan istilah bauran pemasaran mengacu pada serangkaian tindakan, atau strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan dalam mempromosikan jasa atau produk yang mereka jual di pasar. Konsep *marketing mix* ini pertama kali diperkenalkan oleh Neil Borden yang terinspirasi dari gagasan James Cullington pada pertengahan abad ke -20. Konsep pemasaran ini pada awalnya memiliki 4 elemen utama yang dikenal dengan istilah konsep marketing 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Namun seiring dengan perkembangan strategi pemasaran, konsep bauran pemasaran ini diperluas hingga menjadi 7P yaitu dengan tambahan *People*, *Procces*, dan *Physical Evidence*.

BRILink

BRILink merupakan salah satu produk yang dirancang oleh Bank BRI berupa layanan yang menjalin kerja sama dengan nasabah BRI sebagai agen yang bisa melayani transaksi perbankan bagi masyarakat secara real time online melalui penggunaan mesin EDC miniATM BRI dengan konsep *sharing fee*. BRILink memiliki tujuan berupa mendekatkan layanan Bank BRI kepada nasabah. Hal ini agar masyarakat yang memiliki akses yang jauh dari Bank tetap dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah dan cepat (Bank BRI, 2023). Melalui agen BRILink, nasabah dapat melakukan transaksi berupa transfer ke sesama BRI maupun antar bank, tarik dan setor tunai, isi ulang pulsa, dan pembayaran lainnya.

Definisi Lokasi dan Definisi Produk

Lokasi adalah tempat pemasaran yang melibatkan aktivitas untuk menciptakan, memelihara atau mengubah perilaku dan sikap terhadap tempat tertentu (Ismaulina & Ali, 2020). Teori lokasi merupakan ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun social. Jadi, dapat disimpulkan lokasi tidak hanya tentang dimana suatu tempat berada, tetapi juga tentang bagaimana lokasi tersebut mempengaruhi persepsi dan keuntungan bisnis. Salah satu alasan lokasi penyedia jasa menjadi penting bagi pelanggan adalah karena penyedia jasa tersebut dekat dengan tempat tinggal pelanggan atau dekat dengan tempat kerja pelanggan.

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, dipakai atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2017:244). Produk juga merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik dan kemasannya, serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya (Tjiptono, 2016:176). Jadi dapat disimpulkan produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan produsen yang bersifat nyata maupun tisak nyata sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Definisi Pendapatan

Pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas aktivitas operasional akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan (Sochib, 2018:47). Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pendapatan didefinisikan sebagai penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalty dan sewa.

Hipotesis Penelitian

- H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel lokasi BRILink terhadap pendapatan Agen BRILink di Kabupaten Gorontalo.
- H2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel produk terhadap pendapatan Agen BRILink di Kabupaten Gorontalo.
- H3 : Terdapat pengaruh yang simultan pada variabel lokasi dan produk terhadap pendapatan Agen BRILink di kabupaten Gorontalo.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Desain penelitian dapat memberikan suatu gambaran tentang hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dimana yang menjadi variabel bebas terdiri dari dua variabel yaitu, Lokasi (X1), dan Produk (X2). Sedangkan variabel terikatnya adalah Pendapatan Agen BRILink (Y).

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri yang sama bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti (Handayani, 2020). Maka yang dijadikan sebagai populasi dari penelitian ini terdiri dari para Agen BRILink di Kabupaten Gorontalo yang menggunakan produk EDC BRILink dalam dunia usahanya sebanyak 443 Agen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. *Proportionate Stratified Random Sampling* dilakukan dengan membagi populasi ke dalam sub populasi/strata secara proporsional dan dilakukan secara acak (Sekaran, 2006:87). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu diawali dengan uji validitas dan reliabilitas data, kemudian dilakukan uji asumsi klasik, dan untuk menganalisis data menggunakan analisis linier berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji-t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* dalam aplikasi SPSS. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,30995095
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Berdasarkan hasil output yang tertera pada pengolahan data uji normalitas dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov Test* sebagaimana tertera pada tabel 1 maka diperoleh nilai Exact.sig. (2-tailed) untuk variabel Lokasi (X1), Produk (X2) dan Pendapatan (Y) adalah 0,200 lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, penelitian melakukan uji multikolininearitas dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF < 10 atau memiliki *Tolerance* $> 0,1$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas. Berikut ini hasil uji multikolinearitas melalui nilai VIF:

Tabel 2. Nilai VIF

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Lokasi (X1)	,712	1,405
Produk (X2)	,712	1,405

a. Dependent Variable: Pendapatan agen BRILink (Y)

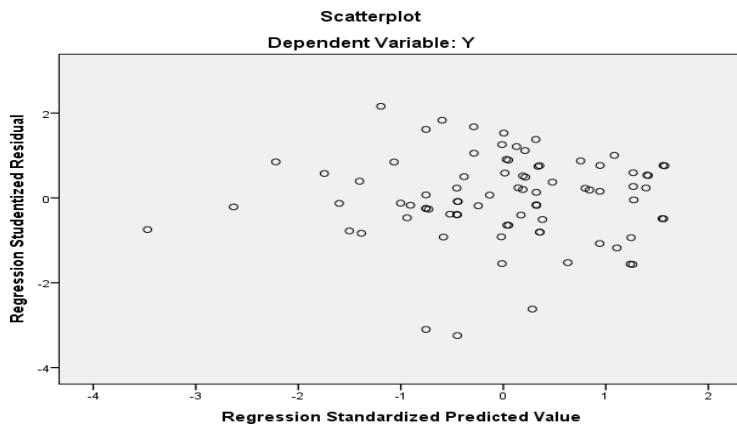
Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Dari hasil analisis pada tabel 2. dapat dilihat bahwa Nilai Tolerance untuk variabel Lokasi (X1) yaitu $0,712 > 0,1$ serta nilai VIF 1,405. Selanjutnya untuk variabel produk (X2) memperoleh Nilai Tolerance sebesar $0,712 > 0,1$ serta nilai VIF $1,405 < 10.00$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada masing-masing independen.

3. Uji Heteroskedasitas

Berikut ini hasil uji Heteroskedasitas dengan menggunakan uji scatterplot.

Gambar 1. Hasil Uji Scatterplot



Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Dari hasil analisis pada gambar 1 dapat dilihat bahwa seluruh titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka nol dan penyebaran titik-titik serta tidak berpola sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat dalam Tabel di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,758	4,717	3,873	,000
	Lokasi (X1)	0,255	0,127	2,008	,048
	Produk (X2)	0,243	0,107	2,275	,026

a. Dependent Variable: Pendapatan agen BRILink (Y)

Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Dari hasil analisis tabel 3 pada kolom Unstandarized Coefficients (B), tertera nilai constant B sebesar 18,758 koefisien Lokasi (X1) sebesar 0,255, koefisien Produk (X2) sebesar 0,243. Dengan demikian dapat dituliskan persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 18,758 + 0,255X1 + 0,243X2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi, maka dapat diuraikan sebagai berikut: Konstanta sebesar 18,758 artinya jika lokasi dan produk bernilai nol maka pendapatan agen BRILink adalah sebesar 18,758. Koefisien regresi untuk variabel Lokasi (X1) sebesar 0,255 artinya jika variabel Lokasi (X1) ditingkatkan sebesar 1% sedangkan variabel lain tetap, maka akan menyebabkan meningkatnya pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo sebesar 25,5%. Selanjutnya koefisien regresi untuk variabel Produk (X2) 0,243 artinya jika variabel Produk (X2) ditingkatkan sebesar 1%

sedangkan variabel lain tetap, maka akan menyebabkan meningkatnya pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo sebesar 24,3%.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,758	4,717	3,977	0,000
	X1	0,255	0,127	0,239	0,048
	X2	0,243	0,107	0,271	0,026

Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Persamaan regresi di atas memiliki makna sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji t untuk variabel Lokasi (X1) diperoleh nilai t-hitung sebesar $2,008 > 1,990$ t-tabel 1, dengan nilai signifikan sebesar $0,048 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo.
2. Hasil analisis uji t untuk variabel Produk (X2) diperoleh nilai t-hitung sebesar $2,275 > 1,990$ t-tabel 1, dengan nilai signifikan $0,026 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	456,273	2	228,137	9,922
	Residual	1816,430	79	22,993	
	Total	2272,703	81		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Dari tabel 5 menunjukkan hasil uji F diperoleh nilai F-hitung sebesar $9,922 > F$ -tabel sebesar 3,11 dengan nilai signifikan 0,000 sehingga lebih $< 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X1) dan Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

R Square (Koefisien Determinasi)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,448 ^a	,201	,181	4,795

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah 2024, SPSS Versi 24

Pada tabel 6 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,181 atau 18,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan agen BRILink dapat terpengaruh oleh variabel lokasi dan produk sebesar 18,1% sedangkan 81,9% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Meskipun demikian, hasil positif dan signifikan menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tetap memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen, meskipun belum dapat menjelaskan secara penuh variasi dalam variabel dependen tersebut. Oleh karena itu, walaupun R-Square relatif rendah, temuan ini masih memiliki implikasi penting dalam konteks penelitian tersebut.

Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. Koefisien positif dan signifikan pada hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Lokasi yang dipilih sebagai tempat usaha agen BRILink sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan agen BRILink, semakin baik pemilihan lokasi maka pendapatan agen BRILink semakin meningkat. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink diterima.

Hasil penelitian ini juga didukung hasil deskripsi variabel, dimana untuk variabel lokasi diperoleh skor jawaban responden pada kategori sangat baik dengan angka 4,31. Dari empat indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini semuanya memperoleh skor sangat baik yaitu indikator akses dengan angka (4,32), visibilitas (4,30), lingkungan (4,35), serta persaingan dengan angka (4,28). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa lokasi yang digunakan sudah sangat baik. Namun pada variabel lokasi, indikator persaingan memiliki nilai terendah dibanding indikator lain, hal ini menunjukkan bahwa masih ada agen BRILink yang tidak memperhatikan persaingan di sekitar lokasi usaha. Tanpa kesadaran akan aktivitas pesaing, preferensi pelanggan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi persaingan di wilayah tertentu, agen BRILink beresiko terpinggirkan dalam pasar yang semakin kompetitif dan pendapatan agen BRILink menjadi tidak maksimal.

Hal ini juga selaras dengan teori mengenai *marketing mix* (Neil Borden, 1948) yang salah satunya adalah lokasi, penempatan lokasi usaha menjadi krusial untuk menarik minat konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis memungkinkan agen BRILink untuk lebih mudah diakses oleh target pasar potensial, sehingga

meningkatkan kemungkinan interaksi dengan konsumen. Penelitian ini serupa dengan penelitian M. Hanafi dan Rita Rahim (2020) "Analisis Keputuan Nasabah Menggunakan BRILink". Studi ini menekankan bahwa pertimbangan yang dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan BRILink di 38 B Banjarrejo Lampung Timur adalah pelayanannya yang cepat, produk, lokasi, dan harga. Jika minat penggunaan BRILink tinggi maka akan meningkatkan pendapatan agen BRILink.

Pengaruh Produk Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. Koefisien positif dan signifikan pada hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa produk yang ditawarkan oleh agen BRILink sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan agen BRILink, semakin tinggi minat nasabah dalam menggunakan produk dari BRILink maka pendapatan agen BRILink semakin meningkat. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink diterima.

Hasil penelitian ini juga didukung hasil deskripsi variabel, dimana untuk variabel produk diperoleh skor jawaban responden pada kategori sangat baik dengan angka 4,26. Dari empat indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini semuanya memperoleh skor sangat baik yaitu indikator setor tunai dengan angka (4,30), tarik tunai (4,24), transfer (4,35), serta pembayaran dengan angka (4,23). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan sudah sangat baik. Namun pada variabel produk, indikator pembayaran memiliki nilai terendah dibanding indikator lain, hal ini menunjukkan bahwa produk pembayaran kurang diminati oleh masyarakat. Adanya peningkatan dalam penggunaan metode pembayaran digital atau aplikasi keuangan juga dapat mengurangi minat terhadap produk pembayaran pada BRILink sehingga membuat pendapatan agen BRILink menjadi tidak maksimal.

Hal ini juga selaras dengan teori mengenai *marketing mix* yaitu produk, pastikan produk sesuai dengan kebutuhan target pasar, karena jika produk yang ditentukan untuk dijual sesuai dengan apa yang dibutuhkan pasar, maka nilai penjualan akan meningkat. Dengan adanya produk BRILink masyarakat tidak perlu mengantre berjam-jam di Bank hanya untuk melakukan transaksi berupa setor tunai dan sebagainya, sebab BRILink telah menyediakan pelayanan yang sama seperti Bank BRI pada umumnya. Penelitian ini serupa dengan penelitian Ayu Andira (2022) "Pengaruh Produk BRILink dan Kualitas Layanan terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kecamatan Sinjai Utara". Studi ini menekankan bahwa produk dan kualitas layanan sama-sama memiliki pengaruh yang positif jika dilakukan secara bersama-sama sesuai dengan yang ditetapkan. Karena produk merupakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang memiliki nilai jual dan memiliki manfaat.

Pengaruh Lokasi dan Produk Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X1) dan Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Hal tersebut diperoleh dari hasil uji F dimana nilai F-hitung sebesar 9,922 lebih kecil F-tabel sebesar 3,11 dengan nilai signifikan 0,000 sehingga lebih kecil 0,05 maka H3 diterima. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk variabel pendapatan yang dilakukan dengan rata-rata menunjukkan kesimpulan dalam kategori sangat baik dengan angka mean (4,37). Dua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini, memperoleh skor sangat baik yaitu indikator penghasilan (4,42), dan indikator keuntungan (4,35). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel pendapatan yang dilakukan dengan rata-rata menunjukkan kesimpulan sangat baik sesuai dengan hasil analisis deskriptif.

Hasil ini juga selaras dengan teori marketing mix, dimana ada 4 elemen utama yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Kesimpulannya adalah lokasi dan produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap pendapatan agen BRILink. jika kedua variabel tersebut dijalankan bersamaan sesuai dengan porsi dan ketetapannya semuanya akan saling mempengaruhi dan berdampak positif terhadap usaha BRILink itu sendiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hero Desyantama (2023) "Strategi Pemasaran BRILink dalam Meningkatkan Pendapatan Agen". Studi ini menekankan bahwa cara meningkatkan pendapatan BRILink yaitu dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan peneliti dapat memberikan kesimpulan yaitu Lokasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. Dalam kasus agen BRILink, lokasi yang strategis dapat menghasilkan dampak positif terhadap pendapatan. Kemudian Produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. Produk BRILink memiliki peran yang signifikan dalam menentukan pendapatan agen BRILink. Kombinasi antara lokasi yang strategis dan produk BRILink yang berkualitas memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

Tentunya sesuatu hal pasti memiliki keterbatasan termasuk penelitian ini dimana peneliti hanya menggunakan dua variabel X dalam menguji pendapatan agen BRILink sebagai variabel Y. Berangkat dari hal tersebut maka peneliti memberikan saran yaitu peneliti selanjutnya yang memiliki keinginan untuk mengkaji lebih dalam terhadap penelitian ini, agar dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi pendapatan agen BRILink.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Setiawan, & Adi, Putra. (2022). Sistem Imbal Jasa pada Agen BRILink: Sebuah Tinjauan Ekonomi Syariah. *Jurnal Iqtisaduna*. 8(1). 26-42. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29124>
- Andrew, Bloomenthal. (2023). Utilitas Marginal: Pengertian, Jenis, Contoh, dan Sejarah. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/m/marginutility.asp>
- Apri, H. A. F., & Beby, K. F. (2021). Effect of Service Quality and Company Image on Costumer Loyalty with Satisfaction Customers as Intervening Variables (Case Study of BRILink Agent PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Medan Region Office). *International Journal of Research and Review*. 8(8). 196-202. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210827>.
- Devi, Y, & Darmo, H. S. (2022). Analisis Bagi Hasil BRILink dan Jenis Perjanjian BRILink dalam Mekanisme Layanan Keuangan Tanpa Kantor (Studi Kasus Agen BRILink di Desa Sukasari dan Desa Gandasari Kecamatan Kadupandak). *Jurnal Akuntansi Kompetif*. 5(1). 260-269. <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i3.1006>
- Feradhita, NKD. (2024). Apa Itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P. <https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/marketing-mix/>
- Ganefi, S. H., & Wafiya. (2023). Perjanjian Kerja Sama Bank BRI dan Agen BRILink dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Penelitian Hukum*. 32(1). 60-73. <https://doi.org/10.33369/jsh.32.1.60-73>
- Jenny, E. P. M., Budi, S., & Yudha, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Petugas Agen BRILink (PAB) Terhadap Loyalitas Agen BRILink. *Jurnal Aplikasi manajemen dan Bisnis*, 8(1), 144- 158. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.8.1.144>
- Muhammad, H. Z., & Rita, R. (2020). Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan BRILink. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*. 8(1). 93-114. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v8i1.1910>
- Rifai, M., Inayatullah, A, & Ratih, P. S. (2023). Pengaruh Kualitas Jaringan Internet, Biaya dan Fitur Layanan Mesin EDC Terhadap Kepuasan Pelanggan Agen BRILink di Kota Parepare. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*. 1(1). 65-81. <https://doi.org/10.59638/teknos.v1i1.92>
- Nanda. (2021). Kualitas Pelayanan Adalah: Tujuan, Fungsi dan Cara Mengukur. *Komerce*. <https://komerce.id/blog/kualitas-pelayanan-adalah>
- Nurul, M. K., & Dassy, H. S. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Balikpapan dalam Menggunakan Produk dan Jasa BRILink. *Journal of Management Studies*. 14(2). 144-163. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8955>

- Oktavianus, P., & Firdaus, A. R. (2001). Teori Stewardship: Tinjauan Konsep dan Implikasinya pada Akuntabilitas Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 3(2). 410-432. <https://doi.org/10.34208/jba.v3i2.518>
- PENDAPATAN (2023, Agustus 21). Di akses pada tanggal 22 Januari 2024. Di Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Pendapatan>
- Pengertian Marketing Mix. (2021). Di akses pada tanggal 22 januari 2024. Di Populix <https://info.populix.co/articles/marketing-mix-adalah>
- Putri, S., Wulandari, R., & Hasto, F. (2022). Strategi Marketing Petugas Agen BRILink dalam Memasarkan Jasa BRILink (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman). *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*. 4(1). 1-8. <https://ejurnal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/402>
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Lokasi Usaha (Pengertian, Tujuan, Jenis, Aspek dan Faktor Pemilihan)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/12/lokasi-usaha.html>
- Rina, Kastori (2023, 07 Juli). Pengertian Produk Menurut Para Ahli. *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/07/07/120000069/pengertian-produk-menurut-ahli?page=all>
- Riza, R., Lilik, N. Y., & Bunasor, S. (2020). Pengaruh Persepsi Agen BRILink Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Brachless Banking. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*. 6(2). 403-415. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.6.2.403>
- Robi, E. P., Roni, E. P., & Desna, A. (2023). Peran Agen BRILink Sebagai Program Kebijakan Inklusi Keuangan. *Jurnal Kebijakan Publik* 14(1). 85-91. <http://dx.doi.org/10.31258/jkp.v14i1.8122>
- Senna, Enzovani. (2023). Strategi Pemasaran BRILink dalam Meningkatkan Pendapatan Agen. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)*. 1(3). 290-299. <https://doi.org/10.59059/jupiekес.v1i3.382>
- Tiuridah, Y. M. T. S. (2022). Kajian Teori Lokasi Christaller Terhadap Jaringan Pelayanan Sarana Perdagangan di Pulau Karimun Besar. *Jurnal Pelita Kota*. 3(1). 150-160. <https://doi.org/10.51742/pelita.v3i1.469>