# BAB IV

# HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

## Deskripsi Partisipan *(Unit Analysis)*

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memotivasi agen *(agent motivation)* BRILink diKota Administrasi Jakarta Utara untuk menjadi Agen BRILink dan bagaimana agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara menciptakan kepercayaan pelanggan *(customer trust)*. Untuk mengetahui hal tersebut maka Peneliti melalukan penelitian sesuai dengan tahap-tahap yang telah dijelaskan sebelumnya.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia yang berdiri tanggal 16 Desember 1895. Segment bisnis Bank BRI adalah mikro. Pada tahun 2014 Bank BRI membuat terobosan baru dengan hadirnya Agen BRILink sebagai salah satu terobosan untuk menjangkau kalangan masyarakat yang berada di daerah terpencil dengan memanfaatkan nasabah simpanan dan pinjaman Bank BRI sebagai mitra atau agen penjual produk dan layanan Bank BRI.

Pada penelitian ini, Peneliti melalukan observasi dan wawancara langsung kepada beberapa pihak yang terlibat dalam proses Bisnis Agen BRILink dengan keterangan sebagai berikut:

1. Agen BRILink: nasabah simpanan ataupun pinjaman Bank BRI yang memiliki usaha yang sudah berjalan. Adapun legalitas yang dibutuhkan untuk menjadi Agen BRILink yaitu Kartu Tanda Penduduk (KTP), memiliki NPWP, memiliki Surat Izin Usaha dan mengisi formulir perjanjian kerjasama Agen BRILink.
2. Tenaga pemasar BRI Unit: pekerja Bank BRI baik kontrak ataupun organik yang berada di Kantor Unit BRI dengan target utama nasabah mikro baik simpanan dan pinjaman.
3. Petugas Agen BRILink Kantor Cabang BRI: pekerja Bank BRI baik kontrak ataupun organik yang berada di Kantor Cabang BRI yang bertugas melakukan pemrosesan nasabah menjadi Agen BRILink dengan tugas utama melalukan survei nasabah, memastikan legalitas dan usaha serta berkordinasi dengan Agen BRILink.
4. Pekerja Divisi BRILink Kantor Pusat BRI: pekerja Bank BRI dengan status organik yang berada di Divisi BRILink Kantor Pusat BRI dengan tugas utama membuat kebijakan produk BRILink dan melakukan review bisnis secara berkala.
5. Pelanggan Agen BRILink: seorang yang mempercayakan transaksi perbankan baik tunai maupun non tunai pada Agen BRILink seperti pembayaran tagihan rekening, setor tunai, tarik tunai, transfer dana, *top up* uang elektronik dan *e-wallet*.

**Tabel 4.1 Data Partisipan**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Partisipan** | **Usia (Tahun)** | **Jenis Kelamin** | **Lama Bekerja/ Menjadi Agen (Tahun)** | **Profesi** |
| 1. | Partisipan A | 41 | Prempuan | 7 | Agen BRILink |
| 2. | Partsipan B | 47 | Laki-Laki | 5 | Agen BRILink |
| 3. | Partisipan C | 38 | Laki-Laki | 7 | Agen BRILink |
| 4. | Partsipan D | 29 | Prempuan | 7 | Agen BRILink |
| 5. | Partisipan E | 55 | Prempuan | 5 | Agen BRILink |
| 6. | Partisipan F | 52 | Laki-Laki | 5 | Agen BRILink |
| 7. | Partisipan G | 60 | Laki-Laki | 7 | Agen BRILink |
| 8. | Partisipan H | 35 | Laki-Laki | 7 | Agen BRILink |
| 9. | Partisipan I | 38 | Laki-Laki | 3 | Agen BRILink |
| 10. | Partisipan J | 50 | Laki-Laki | 7 | Agen BRILink |
| 11. | Partisipan K | 35 | Laki-Laki | 12 | Mantri BRI Unit |
| 12. | Partisipan L | 34 | Prempuan | 6 | Petugas Agen BRILink Kanca BRI |
| 13. | Partisipan M | 31 | Laki-Laki | 8 | Manager Divisi BRILink KP BRI |
| 14. | Partisipan N | 32 | Laki-Laki | 2 | Pelanggan Agen BRILink |

Dalam proses bisnis sehari-hari untuk melakukan akuisisi Agen BRILink, inisiasi dimulai dari mantri BRI Unit yang biasanya memberikan informasi kepada Petugas Agen BRILink untuk melakukan survei dan melakukan pemrosesan administrasi melalu portal agen.bri.co.id. adapun SLA untuk melakukan pemrosesan tersebut sampai dengan Agen BRILink bisa beroperasi adalah H+7 hari kerja sampai dengan agen tersebut terdaftar dan dapat beroperasi menjadi Agen BRILink. Selanjutnya pekerja Divisi BRILink KP BRI akan melalukan perumusan kebijakan terkait bisnis Agen BRILink termasuk membandingkan dengan bank kompetitor maupun kebijakan Bank Indonesia serta *review* bisnis secara berkala untuk membuat terobosan yang tepat bagi bisnis BRILink secara umum.

## Faktor yang Memotivasi Agen *(Agent Motivation)* BRILink diKota Administrasi Jakarta Utara untuk menjadi Agen BRILink

Untuk mengetahui pandangan dan pendapat partsipan terhadap faktor-faktor apa saja yang memotivasi agen *(Agent Motivation)* BRILink diKota Administrasi Jakarta Utara untuk menjadi Agen BRILink dan bagaimana agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara menciptakan kepercayaan pelanggan *(Customer Trust)*, dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan 14 partisipan. Proses awal, dari pengumpulan data kemudian sampai pada penarikan kesimpulan disajikan oleh peneliti.

Partisipan mengungkapkan motivasi mereka menjadi Agen BRILink, tentunya semua itu diawali dengan alasan partisipan tersebut tertarik menjadi Agen BRILink. Partisipan mengungkapkan alasan mereka tertarik menjadi Agen BRILink. Alasan pasrtisipan tertarik menjadi Agen BRILink diawali dengan *brand image* Bank BRI sebagai bank besar dengan reputasi yang baik di masyarakat. Tentunya dengan hal tersebut akan turut mengangkat *brand image* usaha partisipan di masyarakat. Secara umum alasan partisipan menjadi Agen BRILink dapat dilihat pada hasil wawancara berikut:

Partisipan A: Karena petugas BRI mengedukasi saya mengenai produk BRILink dengan baik sehingga menjadikan saya tertarik menjadi Agen BRILink

Partisipan B: Karena BRI adalah bank besar

Partisipan C: Karena BRI adalah bank terkenal di Indonesia

Partisipan D: Karena ATM BRI ada dimana-mana sehingga memudahkan orang untuk mengambil uang

Partisipan E: Karena layana BRILink banyak dicari sehingga mendorong saya tertarik menjadi Agen BRILink

Partisipan F: Karena *brand* BRI terkenal

Partisipan G: Karena BRI terkenal

Partisipan H: Karena BRI memiliki BRILink

Partisipan I: Karena ATM-nya ada didekat rumah sehingga saya tertarik

Partisipan J: Karen BRI memiliki produk-produk menarik

Dari alasan partisipan tertarik menjadi Agen BRILink didasari dari berbagai macam alasan. Dari alasan tersebut paling banyak diwakili oleh Bank BRI merupakan bank besar dengan layanan dan produk yang luas serta menjangkau lingkungan tempat tinggal masyarakat. Selanjutnya setelah dilakukan wawancara lebih dalam bahwa motivasi Partisipan menjadi Agen BRILink *(agent motivation)* paling banyak didasari karena ingin memberikan pelayanan lebih kepada pelanggan dari usaha partisipan dan meningkatkan omset.

Partisipan A: Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan

Partisipan B: Untuk meningkatkan omset

Partisipan C: Untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan

Partisipan D: Untuk meningkatkan omset

Partisipan E: Untuk meningkatkan layanan pelanggan di toko

Partisipan F: Untuk meningkatkan pendapatan

Partisipan G: Untuk membantu pelanggan transfer uang dan pembayaran tagihan

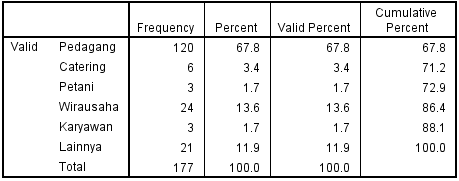
Partisipan H: Untuk menambah pemasukan

Partisipan I: Untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, disamping adanya omset lebih

Partisipan J: Untuk membantu masyarakat dan pelanggan untuk transaksi

Berdasarkan riset yang dilakukan kepada seratus tujuh puluh tujuh Agen BRILink yang berada di wilayah Kota Administrasi Jakarta Utara, terlihat bahwa profesi agen tersebut sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Profesi Agen BRILink di Kota Adminstrasi Jakarta Utara**



Dari riset tesebut dapat dilihat bahwa profesi Agen BRILink di Kotas Adminstrasi Jakarta Utara sebagian besar adalah pedagang yang memiliki bidang usaha penjualan produk tertentu sehingga sangat berasalan berdasarkan hasil observasi, survei dan wawancara yang dilakukan terhadap sepuluh Agen BRILink secara mendalam motivasi mereka menjadi Agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan yang lebih berupa kemudahan transaksi perbankan kepada pelanggan toko mereka disamping adanya omset tambahan kepada usaha mereka.

Motivasi adalah dorongan yang tumbuh dalam diri seseorang, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya untuk melakukan suatu pekerjaan dengan semangat tinggi, menggunakan semua kemampuan dan keterampilan yang dimilikinya. Untuk dapat memberikan hasil kerja yang berkualitas dan berkuantitas maka seorang membutuhkan motivasi kerja dalam dirinya yang akan berpengaruh terhadap semangat kerja sehingga dapat meningkatkan kinerja. Motivasi kerja dan kinerja adalah suatu bagian yang saling terkait satu sama lainnya, peningkatan motivasi kerja akan mempengaruhi peningkatan kinerja dan begitu pula sebaliknya.

Selanjutnya pada aspek observasi lainnya untuk mengetahui motivasi Agen BRILink tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek:

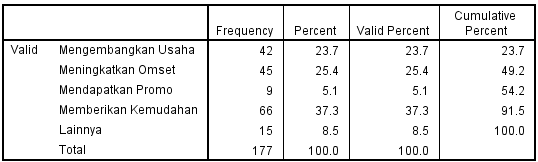
**Tabel 4.3 Observasi dan Survei Agen BRILink dari Lokasi dan Omset**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Partisipan** | **Berada di** | **Jarak ATM/Bank** | **Sewa Lokasi (Rp)** | **Kepemilikan** | **Omset (Rp) Per-Bulan** |
| A | Perkantoran | 50 M | 2 Juta | Sewa | 3 Juta |
| B | Permukiman | 2 KM | Sendiri | Sendiri | 3 Juta |
| C | Permukiman | 2 KM | Sendiri | Sendiri | 6 Juta |
| D | Permukiman | 1 KM | 2 Juta | Sewa | 5 Juta |
| E | Permukiman | 500 M | Sendiri | Sendiri | 3 Juta |
| F | Permukiman | 200 M | Sendiri | Sendiri | 5 Juta |
| G | Permukiman | 150 M | 5 Juta | Sewa | 10 Juta |
| H | Permukiman | 50 M | Sendiri | Sendiri | 5 Juta |
| I | Permukiman | 300 M | 3 Juta | Sewa | 3 Juta |
| J | Pasar | 200 M | Sendiri | Sendiri | 5 Juta |

Rata-rata Agen BRILink berada di kawasan permukiman, hal ini menjadi lumrah karena Agen BRILink memang menyasar segmen perumahan yang jauh dari kantor bank atau ATM dan tidak memiliki *internet banking* maupun *mobile banking*. Hal ini menjelaskan bahwa memang Agen BRILink yang berasal dari segmen usaha rumahan yang melayani kebutuhan pelanggan bahwa yang melatarbelakangi nasabah tersebut menjadi Agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan disamping tentunya mendapatkan omset tambahan dari *fee* transaksi BRILink. Hal ini diperkuat dengan riset yang dilakukan kepada seratus tujuh puluh tujuh Agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara yang menjawab alasan atau motivasi menjadi Agen BRILink.

**Tabel 4.4 Riset Motivasi menjadi Agen BRILink**

**di Kota Adminstrasi Jakarta Utara**

****

Sehubungan dengan hasil wawancara tersebut, Peneliti juga berkesempatan melakukan uji validitas terkait motivasi Agen BRILink menjadi agen dengan beberapa persamaan wawancara sebagai berikut:

Partisipan K: BRI Unit Pertamina Sindang selalu merefrensikan nasabah simpanan dan pinjaman yang memiliki usaha, dalam hal ini usaha yang berhubungan langsung dengan kebutuhan harian masyakat sekitar seperti sembako, penjualan pulsa, koperasi dan pengiriman barang untuk menjadi Agen BRILink. Tentunya yang kami refrensikan adalah nasabah dengan kondite yang baik seperti saldo ratas harian yang selalu memiliki nominal saldo tertentu, *cashflow* lancar dan apabila nasabah pinjaman memiliki kolektibilitas lancar. Kami merefrensikan nasabah dengan yang sudah memiliki usaha minimal satu tahun berjalan sehingga membuktikan usaha tersebut memiliki kondite yang baik sehingga apabila menjadi Agen BRILink tentunya dapat menguntungkan baik bagi Agen sendiri maupun Bank BRI.

Partisipan L: Selaku Petugas Agen BRILink Kantor Cabang BRI Jakarta Tanjung Priok, saya melakukan survei secara objektif baik dari segi karakter nasabah perorangan maupun usaha yang bersangkutan. Untuk Agen BRILink saat ini diprioritaskan untuk menggunakan BRILink mobile dikarenakan saat ini BRILink menggunakan EDC sudah mulai ditinggalkan dikarenakan EDC berarti BRI akan investasi mesin seharga Rp. 3 Juta kepada Agen BRILink. Disamping tentunya ada biaya tambahan lain seperti biaya jaringan dan maintenance. Sehingga BRILink dengan EDC akan diberikan hanya untuk Agen BRILink terpilih dengan kondite personal dan usaha yang sangat baik, disamping tentu dari agen tersebut harus melalukan deposit jaminan sebesar Rp. 3 Juta untuk mesin EDC tersebut. Pada Agen BRILink dengan *effort* yang besar seperti mengeluarkan biaya deposit mesin dan biaya sewa tempat maka motivasi utama menjadi Agen BRILink adalah menambah omset. Sedangkan untuk Agen BRILink yang cenderung tidak mengeluarkan biaya seperti biaya deposit mesin karena menggunakan BRILink Mobile dan biaya sewa tempat karena milik sendiri maka motivasi utama menjadi Agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan lebih kepada pelanggannya.

Partisipan M: Divisi BRILink KP BRI saat ini selalu melihat Agen BRILink dari sisi positif bahwa mereka adalah garda terdepan mendapatkan *fee based income* yang berasal dari biaya transaksi BRILink. Untuk menjadi Agen BRILink sendiri dari ketentuan yang kami buat haruslah memiliki usaha yang sudah berjalan minimal satu tahun, tetapi dari segi fleksibilitas bisnis aturan tersebut dirasa perlu dilakukan pengkajian ulang karena saat ini banyak nasabah baru yang baru memiliki usaha memiliki semangat menjadi Agen BRILink baik untuk mendapatkan pendapatan lebih maupun memberikan layanan tambahan kepada pelanggannya sehingga usaha agen tersebut menjadi *top of mind* masyarakat dan ramai akan pengunjung.

Dari hasil riset dan uji validitas tersebut memperkuat bahwa motivasi sesorang menjadi Agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara adalah untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan disamping tentunya mendapatkan omset tambahan dari *fee* transaksi BRILink.

## Agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara Menciptakan Kepercayaan Pelanggan *(Customer Trust)*

Pada penelitian ini juga dilakukan terhadap paritisipan yang sama yaitu terkait cara partisipan untuk memperoleh dan meningkatkan kepercayaan kepada pelanggan terhadap toko atau usaha baik atas nama pribadi maupun sebagai Agen BRILink. Hal ini terkait dengan adanya *complaint* kepada Agen BRILink tersebut baik dari sisi kualitas layanan maupun produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini menjadi penting karena apabila tidak ada usaha atau perbaikan dari Agen BRILink tersebut maka pelanggan tidak akan kembali memakai produk dan layanan Agen BRILink tersebut. Adapun untuk memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Agen BRILink tersebut dari masing-masing partisipan dilakukan hal-hal:

Partispan A: Dengan pelayanan yang baik dan maksimal. Selalu menyelesaikan *complaint* dengan cepat, apabila terjadi kesulitan saya akan menghubungi petugas bank.

Partisipan B: Memberikan pelayanan yang maksimal. Apabila terjadi masalah saya berusaha menghubungi petugas bank.

Partisipan C: Memberikan *service* yang baik dan untuk *complaint* saya selalu berusaha menyelesaikan sendiri.

Partisipan D: Memberikan pelayanan yang baik dan menyelesaikan *complaint* dengan maksimal.

Partisipan E: Memberikan pelayanan yang baik dan menyelesaikan *complaint* sebisa mungkin.

Partisipan F: Selalu memberikan layanan yang baik dan maksimal serta menyelesaikan *complaint* sebisanya.

Partisipan G: Memberikan pelayanan yang maksimal dan menyelesaikan *complaint*.

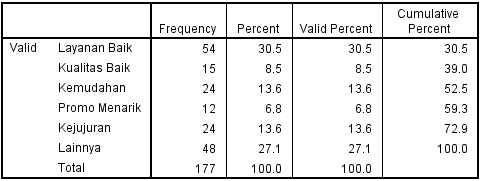
Partisipan H: Dengan pelayanan yang baik dan maksimal dan untuk *complaint* saya akan menghubungi pihak bank.

Partisipan I: Dengan mengedepankan bahwa saya adalah Agen BRILink yang siap membantu dan apabila ada *complaint* saya akan menghubungi pihak bank.

Partisipan J: Dengan pelayanan yang baik dan responsive, apabila terjadi *complaint* saya akan meneruskan complaint kepada pihak berwenang.

Dari sepuluh partisipan yang ada tersebut maka dapat disintesiskan bahwa untuk memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan *(customer trust)* adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal kepada pelanggan, dan apabila terjadi *complaint* maka Agen BRILink tersebut akan menyelesaikan *complaint* dengan meneruskan kepada petugas bank. Hal ini diperkuat pula oleh hasil riset yang dilakukan kepada seratus tujuh puluh tujuh Agen BRILink yang terdapat di Kota Administrasi Jakarta Utara terkait upaya yang dilakukan mereka untuk memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

**Tabel 4.5 Riset Upaya Memperoleh dan Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan**

****

Dari riset tersebut bahwa memberikan layanan yang baik kepada pelanggan adalah hal utama yang dilakukan oleh seorang Agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara untuk memperoleh dan meninkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Agen BRILink. Sehingga sangat relevan apabila menyelesaikan *complaint* berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh partisipan sebelumnya merupakan salah satu bentuk upaya memberikan pelayanan yang baik yang tentu tujuan utamanya adalah untuk memperoleh dan meninkatkan kepercayaan pelanggan.

Terkait dengan *complain*t sendiri saat ini *complaint* melalui petugas Bank seperti Petugas Agen BRILink yang ada di Kantor Cabang akan melakukan *follow up* kepada Kantor Pusat untuk dilakukan tindak lanjut dengan hasil uji validitas kepada partisipan sebagai berikut:

Partisipan L: *Complaint* dapat dilakukan oleh pihak Agen BRILink sendiri atau pelanggannya melalui *Customer Centre* BRI dengan menyebutkan lokasi agen, tanggal transaksi, kode transaksi, jenis transaksi dan nominal transaksi. Selanjutnya laporan tersebut akan dilakukan *follow up* oleh petugas Agen BRILink ke kantor pusat dengan menyebutkan nomor tiket laporan. Saat ini belum ada akses langsung untuk laporan *complaint* dari Pertugas Agen BRILink secara langsung. Adapun *complaint* yang sering terjadi yaitu terkait transfer uang yang sering terjadi kegagalan dimana saldo sudah didebet tetapi uang tidak berhasil masuk ke rekening tujuan.

Peneliti berkesempatan pula mewawancarai salah seorang pelanggan Agen BRILink di lokasi Partisipan H dengan focus kepada tingkat kepuasan dan kepercayaan yang bersangkutan serta alasan yang bersangkutan tetap menggunakan jasa Agen BRILink:

Partisipan N: Secara umum saya puas menggunakan jasa Agen BRILink yang tidak terasas sudah hampir dua tahun menjadi pelanggan Agen BRILink. Adapun jasa yang paling sering saya gunakan yaitu transfer ke rekening lain karena saya tidak memiliki Mobile Banking dan *Top Up E-Wallet.* Pernah satu ketika uang saya tidak masuk ke rekening tujuan, tetapi dengan dibantu oleh Agen BRILink langganan saya akhirnya saya *complaint* ke bank dengan dibuatkan nomor laporan via *call centre* sehingga tidak sampai 2X24 Jam dana tersebut sudah berhasil masuk ke rekening tujuan.

Dari hasil wawancara tersebut dapat terlihat bahwa keyakinan pihak yang satu terhadap pihak yang lain akan menimbulkan perilaku interaktif yang akan memperkuat hubungan dan membantu mempertahankan hubungan tersebut. Perilaku tersebut akan meningkatkan lamanya hubungan dengan memperkuat komitmen di dalam hubungan. Pada akhirnya, kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses.

Selanjutnya Peneliti juga melakukan observasi dan survey Agen BRILink dari sisi layanan kepada pelanggan dengan beberapa aspek:

**Tabel 4.6** **Observasi dan Survei Agen BRILink dari Layanan**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Partisipan** | ***Signage, Flyer* atau Brosur Produk** | **Menguasai Produk dan Layanan** | **Bidang Usaha** | **Layanan yang Banyak Dicari** | **Strategi Meningkatkan Omset** |
| A | Ada | Ya | ATK | Transfer | Bekerjasama dengan kantor |
| B | Tidak Ada | Tidak | Biro Jasa | Pembayaran Tagihan | *Pickup Service* |
| C | Tidak Ada | Ya | Klontong | Transfer | Aktif Menawarkan Produk |
| D | Ada | Ya | Koperasi | Transfer | *Pickup Service* |
| E | Ada | Ya | Klontong | Transfer | Produk Baru dan Banyak dicari |
| F | Tidak Ada | Ya | Pelayaran | Pembayaran Listrik | Aktif Menawarkan Produk |
| G | Tidak Ada | Tidak | Klontong | Beli Pulsa | *Pickup Service* |
| H | Ada | Ya | Jual Pulsa | Transfer | *Pickup Service* |
| I | Tidak Ada | Tidak | Jual Pulsa | Pembayaran Listrik | Bersikap Baik |
| J | Tidak Ada | Tidak | Sembako | Transfer | *Pickup Service* |

Dari obersevasi dan survei di atas dapat disintesiskan bahwa tidak semua Agen BRILink menguasasi produk dan memiliki panduan atau *sales kit* mengenai produk sehingga di beberapa tempat yang Agen BRILinknya tidak menguasai produk maka akan menimbulkan kebingungan pelanggan apabila terjadi *complaint*. Untuk layanan yang paling banyak dicari dikarenakan usaha Agen BRILink sendiri merupakan usaha rumahan dan menjual produk atau jasa sehari-hari makan layanan transfer adalah yang paling banyak dicari. Sedangkan sintesis terakhir dari hasil observasi dan survei yaitu cara Agen BRILink meningkatkan omset adalah dengan strategi jemput bola terutama di masa pandemi seperti saat ini.

## Pembahasan

Motivasi mengacu kepada suatu proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu terhadap bermacam-macam bentuk kegiatan yang dikehendaki. Motivasi mencakup di dalamnya arah atau tujuan tingkah laku, kekuatan respons, dan kegigihan tingkah laku. Di samping itu, istilah tersebut mencakup sejumlah konsep dorongan (*drive*), kebutuhan (*need*), rangsangan (*incentive*), ganjaran (*reward*), penguatan (*reinforcement*), ketetapan tujuan (*goal setting*), harapan (*expectancy*), dan sebagainya.

Pada observasi, survei dan wawancara yang telah dilakukan kepada sepuluh partisipan Agen BRILink, tiga partisipan pekerja internal BRI dan satu partisipan pelanggan Agen BRILink dapat dilihat bahwa sangat terkait dengan konsep dorongan (*drive*) bahwa menggerakan niat seseorang didahului dari dorongan, kebutuhan (*need*) bahwa suatu tindakan dari langkah yang dilakukan juga karena adanya kebutuhan, rangsangan (*incentive*) bahwa untuk meperlancar suatu proses agar tercapai tujuan juga didorong oleh rangsangan dan ganjaran (*reward*) bahwa suatu nilai tambah yang tidak wajib tetapi diharapkan oleh setiap pelaku kegiatan yang saling terkait.

Motivasi kerja merupakan motivasi yang terjadi pada situasi dan lingkungan kerja yang terdapat pada suatu organisasi atau lembaga. Pada dasarnya manusia selalu menginginkan hal yang baik-baik saja, sehingga daya pendorong atau penggerak yang memotivasi semangat kerjanya tergantung dari harapan yang akan diperoleh mendatang jika harapan itu menjadi kenyataan maka seseorang akan cenderung meningkatkan motivasi kerjanya untuk memperoleh kehidupan dan karis yang lebih baik lagi. Motivasi merupakan daya dorong atau daya gerak yang membangkitkan dan mengarahkan perilaku pada suatu perbuatan atau pekerjaan.

Apabila dihubungkan dengan hasil observasi, survei dan wawancara sepuluh Agen BRILink dengan Teori Hierarki Kebutuhan yang dikemukakan Maslow sebagaimana dalam Robbins (2008), kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), yaitu kebutuhan yang mendasar yang harus segera dipenuhi, contohnya rata-rata Agen BRILink menjual kebutuhan pokok rumah tangga sepertim klontong, sembako dan pulsa maka secara kebutuhan pelanggan telah berusaha memenuhi kebutuhan pokok pelanggan dan dari sisi Agen BRILink sendiri dengan yang bersangkutan menjadi agen akan menambah omset untuk memenuhi kebutuhan pokonya. Selanjutnya yang kedua yaitu kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*), yaitu kebutuhan seseorang akan keamanan dan perlindungan dari kejahatan fisik dan emosional, serta jaminan bahwa kebutuhan fisik akan terus dipenuhi. Contohnya keamanan dalam hal bertransaksi dengan menggunakan BRILink dari sisi pelanggan yang bersangkutan tidak perlu repot untuk mengantri di bank atau mesin anjungan tunai mandiri (ATM) serta risiko kehilangan karena Agen BRILink yang berada di area permukiman, dari Agen BRILink sendiri menghimpun pendapatan non tunai juga terbebas dari risiko kehilangan atau selisih karena data tersusun secara online *by system*. Ketiga yaitu kebutuhan sosial (*social needs*), yaitu kebutuhan seseorang akan kasih sayang, rasa memiliki, penerimaan, dan persahabatan dalam hal ini adanya hubungan dan ikatan baik antara Agen BRILink tersebut dengan pelanggan. Sedangkan yang keempat yaitu kebutuhan akan pengakuan diri (*esteem needs*), yaitu kebutuhan seseorang akan faktor-faktor penghargaan internal, seperti harga diri, otonomi, dan prestasi, serta faktor-faktor penghargaan eksternal, seperti status, pengakuan, dan perhatian yaitu dengan menjadi Agen BRILink tentunya yang bersangkutan telah membantu masyrakat untuk memenuhi kebutuhan perbankan sehingga akan dihargai masyarakat dan dari sisi bank sendiri apabila berprestasi maka agen tersebut berkesempatan mendapatkan *reward* atau insentif. Serta yang terakhir yang kelima yaitu kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization needs*), yaitu kebutuhan seesorang akan pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang, dan pemenuhan diri, dorongan untuk mampu menjadi apa yang diinginkan yaitu dengan menjadi Agen BRILink disamping mengembangakan usahanya, yang bersangkutan mengasah kemampuan untuk meningkatkan pengalaman dan ilmu wirausaha *(entrepreneurship).*

Teori Dua Faktor (Herzberg) dalam Robbins (2008) yaitu dalam memenuhi kebutuhan ada dua faktor yang menyebabkan timbulnya rasa puas atau tidak puas menurut Hezberg, yaitu faktor penyebab ketidakpuasan yang disebut faktor *hygiene* meliputi: gaji, kondisi kerja dan kebijaksanaan organisasi, selanjutnya yaitu Faktor penyebab kepuasan atau faktor yang memotivasi meliputi: prestasi, pengetahuan, tanggung jawab, dan kemajuan.

Teori kebutuhan Mc. Clelland (1961) berusaha melakukan sesuatu secara kreatif dan inovatif dengan yang bersangkutan menjalankan usaha Agen BRILink disamping usaha intinya menjadikan pilihan produk pelanggan untuk bertransaksi menjadi beragam. Beberapa agen mempunyai dorongan yang kuat sekali untuk berhasil. Agen BRILink berusaha keras untuk prestasi pribadi bukannya untuk ganjaran sukses semata, namun mereka mempunyai hasrat untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau lebih efisien daripada yang telah dilakukan sebelumnya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan kepada para Agen BRILink dihubungkan dengan faktor yang mempengaruhi motivasi kerja oleh Siagian (2003) pertama yaitu usia, Agen BRILink dengan rentan usia 25 sampai dengan 40 tahun terbukti lebih memiliki motivasi karena mereka sudah dewasa dan mengerti pasar. Kedua yaitu jenis kelamin, implikasi jenis kelamin pria dirasa lebih memiliki keinginan kuat menjadi agen dikarenakan memiliki tingkat kemandirian yang tinggi. Ketiga yaitu status perkawinan, dengan status ini maka dapat dilihat agen yang telah menikah atau memiliki keluarga memiliki motivasi lebih dibandinkan dengan yang belum berkeluarga. Keempat yaitu jumlah tanggungan, jumlah tanggungan seorang pencari nafkah utama keluarga, sama halnya dengan status pernikahan maka seorang agen yang memiliki tanggungan yang banyak juga memiliki motivasi lebih dibandingkan dengan yang tidak memiliki tanggungan atau dengan tanggungan nafkah yang tidak banyak. Kelima yaitu masa kerja, dalam hal ini seorang agen yang telah lama menjadi Agen BRILink tetapi tidak berpretasi memiliki motivasi yang tidak sebaik agen baru dengan prestasi yang melebihi target karena dalam hal ini terjadi faktor kejenuhan. Keenam yaitu kepribadian seorang Agen BRILink akan berpengaruh pada cara agen tersebut berinteraksi dengan pelanggan sehingga menciptakan hubungan baik yang berkelanjutan. Ketujuh yaitu persepsi, seorang Agen BRILink yang memiliki tingkat persepsi yang tidak baik di masyarakat maka akan sulit untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan *(customer trust)* sehingga usahanya tidak membuat masyarakat tertarik untuk datang.

Kedelapan yaitu kemampuan belajar bahwa BRILink adalah produk baru yang bersangkutan sehingga perlu adanya proses belajar yang matang untuk memberikan edukasi kepada pelanggan dan menghindari *complaint*. Kesembilan sistem nilai sosial yang berlaku di berbagai jenis masyarakat dimana seseorang menjadi anggota hal ini terlihat dari hasil observasi Agen BRILink dengan suku minoritas akan dapat diterima masyarakat dengan menyesuaikan nilai social masyarakat mayoritas. Kesepuluh yaitu sikap, seorang Agen BRILink dengan sikap positif seperti empati dan *help full* apabila terjadi complaint akan berdampat positif pula bagi bisnisnya.

Yang terakhir yaitu kemampuan dalam hal ini kemampuan intelektual meliputi cara berfikir dalam menyelesaikan masalah, hal ini berkaitan erat dengan kemampuan belajar sehingga banyak ditemukan untuk Agen BRILink dengan kemampuan intelektual yang baik lebih memiliki motivasi karena selalu berfikir inovatif dan jangka panjang, seperti hasil wawancara dari seratus delapan puluh tujuh Agen BRILink menyatakan bahwa strategi *pick up service* akan dilakukan selama masa pandemic seperti saat ini, apabila hal ini dilakukan dan Agen BRILink tersebut dapat bangkit dari masa sulit maka yang bersangkutan memiliki *adversity quotient* tinggi (Stoltz, 2004).

Berdasarkan hasil observasi, survei dan wawancara dihubungkan dengan dimensi motivasi kerja sesuai dengan teori Pedhazur (1987) terdiri dari beberapa unsur yaitu motif bahwa motif menjadi Agen BRILink adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan omset lebih, harapan mereka tentu dengan menjadi Agen BRILink selain meningkatkan awareness masyarakat juga untuk mengembangakan usahanya dan insentif tambahan seperti *reward* untuk Agen BRILink yang berpretasi merupakan sesuatu yang dapat mempengaruhi motivasi agen tersebut untuk terus bekerja lebih baik kedepannya.

Sehubungan dengan hal tersebut dan berdasarkan hasil oberservasi, survei dan wawancara yang dilakukan Peneliti kepada partisipan dapat disintesiskan bahwa faktor-faktor apa saja yang memotivasi agen *(agent motivation)* BRILink diKota Administrasi Jakarta Utara untuk menjadi Agen BRILink yaitu adanya dorongan ingin memenuhi kebutuhan pelangan Agen BRILink dalam hal ini semua Agen BRILink adalah pengusaha barang dan jasa yang berwirausaha (*entrepreneurship)* yang tentunya memiliki pelanggan harian dengan kebutuhan sehari-hari, sehingga dengan yang bersangkutan menjadi Agen BRILink dengan menawarkan jasa perbankan akan menjadi nilai tambah bagi pelanggan Agen BRILink tersebut. Selanjutnya motivasi yang kedua dikarenakan profesi mereka yang berwirausaha (*entrepreneurship)* maka mendapatkan omset atau pemasukan tambahan menjadi latar belakang motivasi menjadi Agen BRILink. Hal ini ditambah juga banyak di antara Agen BRILink tersebut yang masih menyewa kios yang ditempati sehingga untuk menutup biaya tersebut diperlukan pemasukan tambahan dari produk dan jasa yang mereka jual setiap harinya.

Individu yang memiliki motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya akan mencapai kinerja yang lebih maksimal dalam bisnis. Motivasi merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan usaha kecil karena motivasi memberikan dampak bagi kinerja bisnis. Disamping itu berdasarkan pengamatan peneliti seorang Agen BRILink yang berwirausaha memiliki modal bahwa lingkungan sekitar juga menerapkan jiwa wirausaha seperti yang terjadi pada partisipan H memiliki orang tua pengusaha salon dan paman pengusaha cuci motor menyebabkan partisipan H tidak memiliki hambatan untuk berwirausaha sebagaimana pada teori Taiwo (2012). Selain itu pada partisipan lainnya dengan mereka berwirausaha maka *ambition for freedom* (ambisi kemandirian) dengan tidak diperintah oleh orang lain apabila bekerja sesuai teori Venesaar (2006) menjadikan mereka lebih fleksibel dan leluasa mencapai tujuan dan mengembangkan usahanya.

Motivasi berwirausaha yang tinggi harus ada dalam diri seseorang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena dengan adanya motivasi berwirausaha yang tinggi dapat membentuk mental yang ada pada diri mereka untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada karena seorang wirausaha yang handal akan berpikir *out of the box* dan mengerjakan sesuatu yang sebelumnya belum pernah dikerjakan oleh orang lain (Prawiranegara, Nuryanti, dan Mulyadi, 2019).

Pada rumusan masalah yang kedua, Peneliti akan menjabarkan hasil penelitian bagaimana Agen BRILink di Kota Administrasi Jakarta Utara menciptakan kepercayaan pelanggan *(customer trust)*. Kepercayaan sendiri adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang karena dengan adanya kepercayaan seseorang akan berpikir positif dalam mencapai tujuannya. Dari hasil observasi, survey dan wawancara yang telah dilakukan Peneliti bahwa untuk membangun kepercayaan pelanggan haruslah didahului oleh pelayanan yang baik oleh Agen BRILink tersebut. Pelayanan yang baik seperti lokasi Agen BRILink yang mudah dilihat dan dijangkau sehingga gampang dicari oleh pelanggan, layanan yang diberikan oleh Agen BRILink tersebut seperti kantor bank dimana petugasnya ramah (senyum, sapa dan salam), menggunakan seragam, menguasai produk, aktif, komunikatif serta mengucapkan terimakasih setelah selesai transaksi. Serta yang terakhir dan yang paling penting yaitu dapat diandalkan apabila terjadi *complaint* dengan berbagai langkah seperti dapat menenangkan pelanggan dengan menguasai produk serta aktif menindaklanjuti complaint ke *call centre* BRI atau petugas BRI di kantor terdekat. Sehingga dari langkah-langkah tersebut dapat disintesiskan bahwa akan membangun kepercayaan pelanggan yang nantinya akan menimbulkan persepsi konsumen yang kuat.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan sebagaimana yang dikemukakan Andini (2014) pertama yaitu pengalaman *(experience):* persepsi yang dibangun dari pengalaman empiris pelanggan akan terus membenak di pelanggan tersebut kedepannya sehingga pelanggan akan percaya kepada Agen BRILink tersebut. Kedua yaitu kualitas kerja: proses dan hasil kerja Agen BRILink dinilai oleh sebagian pelanggan. Kualitas kerja yang tidak terbatas akan menghasilkan kepercayaan yang berkualitas. Kualitas kerja tidak dapat diukur dengan akan tetapi dari tingkat kepuasan pelanggan. Agen BRILink yang memiliki visi kedepan akan selalu memperhatikan tingkat kualitas dan produk dan layanan yang dihasilkan sehingga kepuasan pelanggan terpenuhi. Ketiga yaitu kecerdasaan: kemampuan Agen BRILink mengelola masalah yang terjadi seperti kegagalan transaksi. Apabila semua masalah tersebut dapat diatasi oleh Agen BRILink maka dapat membangun kepercayaan, karena kredibilitas yang tinggi tanpa didasari oleh kecerdasan dalam menarik pelanggan, tidak mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara Peneliti dengan partisipan N dihubungkan dengan factor yang membentuk kepercayaan pelanggan menurut Darwin (2014): *reliability* yakni seorang Agen BRILink dengan segala fasilitasnya bias diandalakan memenuhi kebutuhan pelanggan seperti pembayaran tagihan, tarik tunai dan transfer. Selain itu *competence* yakni Agen BRILink dapat mengedukasi pelanggan dengan baik sehingga pelanggan menjadi tenang dan nyaman dalam bertransaksi. h*onesty* yakni apabila terjadi complaint maka Agen BRILink tersebut selalu menyampaikan update atau hasil tindak lanjut yang sebenarnya dari pihak bank . berhubungan pula dengan *opennes* yakni keterbukaan untuk memberitakan atau memberikan informasi yang dibutuhkan kepada pelanggan.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa adanya motivasi agen *(agent motivation)* Agen BRILInk dalam hal ini yaitu memberikan kemudahan yaitu pelayanan lebih untuk porduk perbankan disamping juga meningkatkan omset dapat berkaitan erat dengan usaha yang bersangkutan menciptakan kepercayaan pelanggan *(customer trust)* dengan cara memberikan pelayanan yang baik apabila terjadi *complaint* sehingga nasabah tersebut menjadi loyal dan terus bertransaksi pada Agen BRILink tersebut dengan tujuan akhir Agen BRILink tersebut dapat meningkatkan kinerjanya maka kemungkinan besar juga akan meningkatkan kinerja perusahaan (*coorporate performance*) dalam hal ini Bank BRI karena kualitas dan kuantitas (Mangkunegara, 2010) yang dicapai oleh Agen BRILink karena keduanya mempunyai hubungan yang erat.