

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan mengenai analisa efektivitas agen BRILink dalam peningkatan transaksi BRI, dapat diambil beberapa kesimpulan dan jawaban atas rumusan masalah yang ada di dalam penelitian ini:

1. Jumlah agen brilink dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020 menunjukkan angka yang selalu bertambah. Setiap tahunnya jumlah agen mengalami kenaikan dengan jumlah yang bervariasi. Angka kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2018, yaitu sebesar 121.800 agen. Namun jika dilihat secara mendalam pada periode triwulan setiap tahunnya, akan didapati periode di mana jumlah agen mengalami penurunan.
2. Jumlah transaksi yang dihasilkan oleh agen brilink setiap tahunnya dari tahun 2018 hingga tahun 2020 secara umum memiliki kecenderungan yang positif. Namun jika dilihat dari angka per triwulannya, akan didapati jumlah transaksi yang mengalami penurunan di waktu – waktu tertentu.
3. Berdasarkan perhitungan jumlah rata – rata transaksi per agen per bulan dari tahun 2018 sampai dengan 2020 ini hanya ada tiga periode atau 25% dari total keseluruhan periode triwulan di mana Agen BRILink berhasil mencapai target transaksi yang telah ditetapkan, yaitu pada triwulan pertama tahun 2018, 2019 dan 2020. Tiga waktu ini hanya mencakup 25% dari total waktu yang ada yaitu 12 triwulan. Sehingga dengan ini untuk rata – rata transaksi yang dilakukan oleh setiap Agen BRILink belum efektif dalam mencapai target transaksi yang telah ditentukan. Namun

demikian, secara total baik jumlah agen maupun jumlah transaksi mampu mencapai target transaksi yang telah ditetapkan setiap periode triwulannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan dari penelitian analisa efektivitas Agen BRILink dalam peningkatan transaksi BRI dan mengingat rata – rata jumlah transaksi per Agen BRILink belum efektif dalam pencapaian target rata – rata transaksi maka disarankan :

1. Melakukan evaluasi terhadap Agen BRILink yang transaksinya di bawah rata – rata transaksi dan mencari penyebabnya. Hasil evaluasi tersebut dapat digunakan untuk melakukan perbaikan terhadap Agen BRILink yang dimaksud.
2. Lebih meningkatkan pembinaan dan supervisi oleh Petugas Agen BRILink kepada agen BRILink yang kinerjanya di bawah rata – rata baik dari segi periode pembinaan maupun frekuensinya.
3. Lebih selektif dalam melakukan penilaian terhadap calon Agen BRILink baru, baik terkait pemilihan lokasi maupun kapasitas calon Agen BRILink tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung :Alfabeta

Evita, Luke Bella. 2017. *Mekanisme Pelayanan Agen BRILink Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Madiun*. Artikel Ilmiah, STIE Perbanas Surabaya.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid I dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*.

London: Pearson Education.

Priyono, Agus. 2019. *Efektivitas Agen BRILink Dalam Peningkatan Pelayanan di BRI Panca Rijang Kab. Sidrap (Analisi Ekonomi Islam)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Ruri, Satvika. 2017. *Optimalisasi Layanan BRILink dalam Meningkatkan Transaksi E – Banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Magelang*. Artikel, Universitas Tidar.

Sondang P, Siagian. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Susendra, Indra. 2018. *Analisa Pengaruh Layanan Agen BRILink BRI Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), TBK Kantor Cabang Bandung Setiabudi*. Tesis, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

Wilinny, Halim, Sutarno, Nugroho, & Hutabarat. 2019. *Analisis Komunikasi di PT. Asuransi Buana Independent Medan*. Jurnal Ilmiah Simantek, Vol. 3 No. 1.

bri.co.id. Informasi Perusahaan. Diakses pada 11 Oktober 2021.
<https://bri.co.id/info-perusahaan>

