

# **PENGARUH LOKASI, PRODUK DAN RISIKO TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK DI KABUPATEN GROBOGAN**

Disusun Oleh :

Putri Wandasari

12211318

Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng

*Email* : [putriwanda1912@gmail.com](mailto:putriwanda1912@gmail.com)

---

## **Abstrak**

Peningkatan jumlah agen BRILink di Indonesia sejalan dengan perkembangan layanan keuangan berbasis digital seperti layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan Inklusif (Laku Pandai), yang memungkinkan masyarakat di daerah terpencil untuk mengakses produk perbankan dengan lebih mudah. Penelitian ini menganalisis pengaruh lokasi, produk, dan risiko terhadap pendapatan agen BRILink yang ada di Kabupaten Grobogan. Pengambilan sampel penelitian kuantitatif ini melibatkan 96 responden menggunakan teknik *purposive sampling* kepada agen BRILink di Kabupaten Grobogan yang sudah menjadi agen selama lebih dari satu tahun. Data dianalisis menggunakan uji kelayakan, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan produk berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink, sedangkan risiko berpengaruh negatif terhadap pendapatan agen BRILink.

Kata Kunci: Lokasi, Produk, Risiko, Pendapatan

---

## **Abstract**

*The increase in the number of BRILink agents in Indonesia is in line with the development of digital-based financial services such as office-based financial services in the context of financial inclusion (Laku Pandai), which allows people in remote areas to access banking products more easily. This study analyzes the effect of location, product, and risk on the income of BRILink agents in Grobogan Regency. This quantitative research sampling involved 96 respondents using purposive sampling technique to BRILink agents in Grobogan Regency who have been agents for more than one year. The data were analyzed using feasibility tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The results showed that location and product had a positive effect on BRILink agent income, while risk had a negative effect on BRILink agent income.*

*Keywords: Location, Product, Risk, Income*

---

## 1. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, inklusi keuangan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh pemerintah. Hal ini dikarenakan inklusi keuangan mempunyai dampak terhadap kesejahteraan masyarakat. Inklusi keuangan merupakan salah satu konsep yang semakin mendapat perhatian di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Inklusi keuangan dapat diartikan sebagai akses yang memadai dan penggunaan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yang mencakup tabungan, kredit, asuransi, dan pembayaran. Konsep ini tidak hanya terbatas pada penyediaan akses ke layanan keuangan, tetapi juga mencakup peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk dan layanan tersebut.

Tujuan inklusi keuangan adalah memastikan seluruh lapisan masyarakat, terutama mereka yang berada di golongan bawah, memiliki akses yang sama terhadap layanan keuangan seperti perbankan, asuransi, dan investasi. Inklusi keuangan merupakan seluruh upaya untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap jasa-jasa keuangan dengan cara menghilangkan segala bentuk hambatan baik yang bersifat harga maupun non harga (Bi.go.id, 2024)

Program inklusi keuangan di Indonesia mulai gencar dilakukan dengan fokus peningkatan akses lebih kepada masyarakat yang belum menikmati jasa-jasa lembaga keuangan formal dikarenakan masih terdapat hambatan untuk mengaksesnya. Hambatan tersebut diantaranya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap fungsi lembaga keuangan dan ketidaksesuaian produk yang ditawarkan lembaga keuangan dengan kebutuhan masyarakat berpendapatan rendah. Selain itu menurut Kunt *et al.* (2008) dalam (Dienillah & Anggraeni, 2016), hambatan terhadap akses perbankan dapat disebabkan oleh model bisnis bank itu sendiri, posisi pasar, tingkat kompetisi yang dihadapi, kondisi makroekonomi, serta perjanjian dan peraturan yang dijalankan. Walaupun terdapat hambatan, secara rata-rata pertumbuhan inklusi keuangan di beberapa negara Indonesia tetap mengalami peningkatan.

Keuangan inklusif merupakan salah satu aspek penting dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, meskipun sektor perbankan dan jasa keuangan terus berkembang pesat, tetapi masih ada masyarakat yang memiliki tingkat literasi keuangan rendah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali mengadakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dirilis secara rutin untuk mengukur tingkat pemahaman dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan di Indonesia. Pada 2024, survei ini untuk pertama kali dilakukan bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS), melibatkan 10.800 responden berusia 15-79 tahun di 34 provinsi. Hasil survei menunjukkan optimisme literasi keuangan masyarakat Indonesia yang terus mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Sejak 2013, indeks literasi keuangan meningkat dari 21,84 persen hingga mencapai 65,43 persen pada 2024. Jika ditilik berdasarkan wilayah, pada tahun 2024, masih terdapat perbedaan signifikan dalam tingkat literasi dan inklusi keuangan antara wilayah perkotaan dan perdesaan. Indeks literasi keuangan di perkotaan mencapai 69,71 persen, sementara di perdesaan tercatat lebih rendah, yaitu 59,25 persen. Di sisi lain, indeks inklusi keuangan juga lebih tinggi di perkotaan dengan 78,41 persen, dibandingkan dengan perdesaan yang baru mencapai 70,13 persen.

Peningkatan literasi dan inklusi keuangan di daerah perdesaan perlu menjadi prioritas penting dalam mendorong pemerataan akses layanan keuangan di Indonesia. Meskipun indeks literasi keuangan di perdesaan terus mengalami peningkatan, upaya edukasi berkelanjutan masih perlu terus digencarkan. Hal ini baik melalui program digital, pengembangan infrastruktur keuangan, dan kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, serta komunitas lokal untuk memperluas pemahaman dan akses masyarakat perdesaan terhadap layanan

keuangan yang lebih inklusif. Saat ini, kelompok usia 15-17 tahun dan 51-79 tahun menghadapi tantangan terbesar dalam hal literasi dan inklusi keuangan, yang menunjukkan perlunya perhatian khusus terhadap dua kelompok ini. Remaja 15-17 tahun cenderung kurang terlibat dengan produk keuangan karena belum memiliki penghasilan tetap, sementara kelompok usia 51-79 tahun seringkali kesulitan beradaptasi dengan digitalisasi layanan keuangan akibat keterbatasan literasi teknologi dan akses infrastruktur digital, terutama di daerah pedesaan. Hal ini memperkuat kesenjangan dalam pemahaman dan penggunaan layanan keuangan modern.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan dalam keuangan inklusif yang harus diatasi agar perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan dan program telah berupaya meningkatkan tingkat inklusi keuangan. Salah satu upaya penting dalam mendorong inklusi keuangan adalah melalui program Laku Pandai. Pemerintah juga memiliki peran strategis dalam mendukung dan mengembangkan program Laku Pandai ini. Selain melalui kebijakan regulasi yang mendukung, pemerintah juga bertanggung jawab dalam mengatasi berbagai hambatan, baik yang bersifat struktural, teknis, maupun sosial, dalam implementasi program ini. Dukungan pemerintah berupa penguatan kapasitas agen Laku Pandai, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan layanan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Pemerintah juga diharapkan dapat melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap pelaksanaan Laku Pandai untuk memastikan bahwa program ini berjalan efektif dan memberikan dampak positif (Ojk.go.id, 2024).

Laku Pandai disingkat dari Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif, yaitu Program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk penyediaan layanan perbankan atau layanan keuangan lainnya melalui kerja sama dengan pihak lain (agen bank), dan didukung dengan penggunaan sarana teknologi informasi. Program ini bertujuan menyediakan produk-produk keuangan yang sederhana, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang belum dapat menjangkau layanan keuangan. Selain itu, juga melancarkan kegiatan ekonomi masyarakat sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan antarwilayah di Indonesia, terutama antara desa dan kota (Ojk.go.id, 2024).

BRI adalah salah satu lembaga keuangan milik negara terbesar di Republik Indonesia. Bank BRI saat ini telah hadir di hampir seluruh wilayah Indonesia. Seabad setelah Republik Indonesia merdeka, Bank Rakyat Indonesia menjadi lembaga keuangan negara pertama di nusantara dengan diberlakukannya Pasal 1 No. 1 tahun 1946 yang menciptakan hukum negara. Dari waktu ke waktu, Bank Rakyat Indonesia menciptakan produk-produk baru dalam upaya mendapatkan dukungan dari pemerintah. BRILink merupakan perluasan dari layanan yang ditawarkan oleh Bank Rakyat Indonesia. Melalui layanan ini, bank bekerja sama dengan nasabahnya, seperti agen, untuk menyediakan layanan yang sesuai dengan transaksi perbankan bagi masyarakat umum dalam layanan tertentu dengan memanfaatkan fitur EDC (Electronic Data Capture) mini ATM bank. Pendekatan ini didasarkan pada gagasan berbagi biaya, yang juga dikenal sebagai sharing fee. Berdasarkan kebijakan Otoritas Jasa Keuangan No. 19/POJK.3/2014, BRILink didefinisikan sebagai kegiatan jasa perbankan atau jasa keuangan yang menawarkan layanan yang tidak dapat dilakukan melalui jaringan kantor, namun harus didukung oleh penggunaan sarana teknologi informasi yang tersedia saat ini dan dilakukan melalui kerja sama dengan pihak lain (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 19/POJK/03/2014 Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif) (Ojk.go.id, 2024).

BRILink menjadi salah satu layanan Laku Pandai yang paling banyak digunakan oleh masyarakat karena mudah diakses dan banyak tersebar di berbagai daerah, baik dari segi lokasi maupun proses penggunaannya. Sepanjang 2023, volume transaksi AgenBRILink selama 2023

tercatat lebih dari Rp1,4 Kuadriliun atau tepatnya Rp1.427 triliun. Capaian tersebut meningkat lebih banyak dari periode tahun 2022 yakni Rp 1,3 kuadriliun. Peningkatan jumlah agen BRILink pun juga tercatat mengalami kenaikan. Mengawali tahun 2023, AgenBRILink berjumlah lebih dari 627 ribu agen, sampai pada akhir Desember 2023 jumlah AgenBRILink menjadi lebih dari 740 ribu agen. Artinya sebanyak lebih dari 100 ribu agen baru bertambah selama 2023 (Octaviano, 2024).

Hal ini didukung oleh data jumlah agen BRILink pada tahun 2019-2023, yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :



Tabel 1. Jumlah agen BRILink pada tahun 2019-2023

Sumber : Laporan Tahunan BRI (BRI.com, 2024)

Pada tahun 2019 terdapat sejumlah 422.160 agen, 2020 terjadi kenaikan sejumlah 504.233 agen, pada tahun 2021 terdapat sedikit penurunan jumlah agen menjadi sejumlah 503.151 agen, 2022 kembali naik dengan total 627.012, dan pada tahun 2023 juga terjadi kenaikan dengan total 740.818 agen BRILink. Pada kurun waktu tahun 2020-2021, di tengah penyesuaian masyarakat terhadap pandemi Covid-19 yang berdampak terhadap banyak aspek kehidupan, agen BRILink mampu menunjukkan kinerja positif dan dapat bertumbuh secara signifikan membantu perekonomian. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah Agen BRILink pada tahun 2021 terdapat 503.151 agen yang tercatat menurun dari 504.233 pada tahun sebelumnya. Namun, penurunan jumlah agen tidak menyebabkan penurunan jumlah transaksi BRILink, bahkan pada tahun 2021 menunjukkan pertumbuhan sebesar 27,73% dari 728 juta transaksi menjadi 929,38 juta transaksi (Kumalasari, 2022)

PT Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk (BRI) mencatat jumlah total agen laku pandai atau AgenBRILink mencapai 1 juta agen per 25 Juli 2024 dengan jumlah transaksi mencapai lebih dari 645 juta kali. Adapun volume transaksi AgenBRILink mencapai lebih dari Rp 800 triliun dan menghasilkan *fee based income* (FBI) mencapai Rp 895,4 miliar. *fee based income* merupakan pendapatan bank di luar pendapatan dari bunga kredit, yaitu pendapatan yang bersumber luar dari aktivitas utama jasa-jasa perbankan. *Fee based income* utama BRI berasal dari transaksi mobile banking. Pencapaian tersebut menegaskan komitmen perseroan dalam memberikan akses layanan perbankan yang lebih baik kepada masyarakat di seluruh Indonesia (Khaerunnisa, 2024).

Keberadaan agen BRILink di berbagai wilayah Indonesia, bahkan di daerah-daerah terpencil, memungkinkan masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau oleh layanan bank untuk menikmati berbagai layanan keuangan dasar. Hal ini menjadikan BRILink sebagai salah satu pilar penting dalam mewujudkan inklusi keuangan di Indonesia. Keberadaan agen bank di daerah-daerah masih menjadi salah cara meningkatkan transaksi. Setidaknya, bagi PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) yang memiliki agen BRILink dalam menyediakan akses dan

layanan keuangan formal bagi nasabahnya. Di Kabupaten Grobogan keberadaan agen BRILink yang cukup banyak merupakan cerminan dari upaya Bank BRI dalam memperluas akses layanan keuangan hingga ke pelosok daerah. Berdasarkan data dari BRI kantor caban Purwodadi, terdapat 1.932 agen BRILink yang tersebar di Kabupaten pada tahun 2024. Dengan semakin banyaknya agen BRILink, masyarakat Grobogan dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi perbankan, seperti setoran tunai, tarik tunai, transfer uang, dan pembayaran tagihan, tanpa harus pergi ke kantor cabang bank. Hal ini sangat bermanfaat bagi masyarakat, terutama mereka yang tinggal di daerah yang jauh dari pusat kota. Selain itu, keberadaan agen BRILink juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan mempermudah transaksi jual beli dan pembayaran. Dari sisi agen, menjadi agen BRILink juga dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan, mengingat kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan yang semakin meningkat.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, pra-survei telah dilakukan dengan melakukan wawancara kepada agen BRILink yang ada di Kabupaten Grobogan untuk mengetahui kondisi nyata terkait pendapatan agen. Berdasarkan wawancara di peroleh data pada tabel 1.

Tabel 2. Pra-Survei terhadap agen BRILink di Kabupaten Grobogan

| No. | Pertanyaan   | Jawaban   |
|-----|--|---|
| 1.  | Apakah pendapatan selama menjadi agen BRILink selalu mengalami kenaikan?                     | Pada saat awal menjadi agen BRILink, pendapatan selama beberapa bulan mengalami kenaikan. Hal ini karena konsumen merasa sangat terbantu dengan adanya BRILink, mereka tidak perlu jauh-jauh ke bank BRI untuk melakukan transaksi. Tetapi setelah lebih dari satu tahun ada beberapa kendala yang dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan yang didapatkan. |
|     | Apa saja cara yang memungkinkan untuk dilakukan supaya pendapatan terus meningkat?           | Agar pendapatan mengalami peningkatan bisa dibantu dengan beberapa cara seperti mengedukasi masyarakat mengenai produk-produk layanan apa saja yang dapat diberikan oleh BRILink, selain itu pelayanan yang baik juga dapat membuat pelanggan merasa puas.  |
| 2.  | Apa saja kendala yang sering terjadi pada saat menjadi agen BRILink?                         | Kendala yang sering terjadi beragam. Mulai dari mesin EDC yang eror, jaringan yang eror sehingga menghambat proses transaksi dan mengakibatkan kegagalan transaksi. Hal ini tentu akan berdampak pada jumlah pendapatan   |
| 3.  | Bagaimana penanganan petugas BRI apabila agen BRILink sedang mengalami masalah atau kendala? | Ada beberapa petugas yang terkadang saat dihubungi mereka memberikan respon dalam waktu yang lama, hal ini mengakibatkan agen BRILink tidak dapat melakukan proses transaksi untuk layanan pelanggan.   |
| 4.  | Apakah pernah terjadi masalah dengan pelanggan selama menjadi agen BRILink?                  | Pernah terjadi kecurangan yang dilakukan oleh pengguna jasa agen BRILink,   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | contohnya seperti penipuan yang dilakukan oleh pelanggan. Adanya kecurangan ini mengakibatkan hilangnya uang hasil dari pendapatan agen. |
|--|--|--|

Sumber : Agen BRILink Kabupaten Grobogan, 2024

Berdasarkan hasil pra-survei, mayoritas responden memberikan informasi mengenai beberapa hal yang dapat mempengaruhi pendapatan. Adanya beberapa masalah yang terjadi dapat mengakibatkan berkurangnya pelanggan. Kehilangan pelanggan setia dapat berdampak negatif bagi bisnis, karena dapat menurunkan kredibilitas serta reputasi perusahaan dan berkurangnya pendapatan (Kotler dan Keller, 2009). Dalam upaya meningkatkan pendapatan, agen BRILink perlu memperhatikan beberapa faktor krusial, seperti lokasi, produk, dan risiko yang terjadi.

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. Selain itu, agen BRILink juga menghadapi berbagai kendala dan risiko dalam menjalankan operasional, mulai dari masalah sistem yang sering mengalami gangguan sampai dengan adanya risiko penipuan yang dilakukan oleh oknum pengguna layanan. Risiko menjadi masalah yang sedang marak terjadi pada beberapa agen BRILink. Modus ini dilakukan oknum penipu dengan berpura-pura melakukan transaksi tarik tunai tetapi menggunakan bukti transfer yang dipalsukan. Adanya gangguan sistem dapat menimbulkan gagalnya transaksi yang memungkinkan terpotongnya saldo agen BRILink dan adanya penipuan dapat menyebabkan hilangnya uang agen BRILink sehingga dapat mempengaruhi pendapatan. 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.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang menunjukan bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan agen BRILink. Beberapa hasil penelitian seperti penelitian (Marsyandah Irwan Polapaa, Zulkifli Bokiub, 2024), menunjukan bahwa 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. Peneliti menemukan adanya masalah dan fenomena yang sedang terjadi saat ini yaitu mengenai banyaknya risiko yang dihadapi oleh agen BRILink. Disisi lain, variabel peneliti sebelumnya juga masih terbatas, sehingga penulis menambahkan variabel risiko pada penelitian ini. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Lokasi, Produk dan Risiko Terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kabupaten Grobogan.**

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Kajian Teori**

#### **Manajemen Risiko**

Manajemen risiko merupakan jajaran manajemen untuk mengatur suatu pendekatan secara rasional yang bertujuan untuk mengurangi maupun menghindari kerugian maupun cedera (Lestari, 2013) dalam (Wildan Dzulfaqor & Abdul Moin, 2023). Manajemen risiko memiliki fungsi yang diantaranya mendukung tujuan organisasi agar dapat tercapai, perencanaan pengambilan risiko yang sesuai dalam pelaksanaan kegiatan ataupun aktivitas, memahami bahwa risiko dapat terjadi dimana saja termasuk semua tingkatan dalam organisasi. Manajemen risiko juga melibatkan proses identifikasi risiko yang dimana berkaitan dengan aktivitas dan produk bank, pengukuran risiko yaitu mengukur eksposur risiko bank untuk pengendalian, pemantauan risiko yaitu memantau atau mengawasi eksposur risiko, toleransi risiko dan hasil stress tes, pengendalian risiko yang mengacu pada kebijakan prosedur yang ditetapkan, penanggulangan risiko yang bertujuan untuk mengambil tindakan dalam upaya pengurangan risiko melalui kontrol dan penambahan modal, kemudian yang terakhir pengelolaan risiko yang bertujuan untuk menghindari, mengalihkan, mitigasi maupun tanggung risiko residual. Dalam industri perbankan risiko yang dialami berupa risiko kredit, pasar, operasional, likuiditas, reputasi, kepatuhan, dan hukum. Risiko pada industri perbankan berdampak pada lingkungan bank, pemegang saham, karyawan, nasabah dan perekonomian secara keseluruhan (Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, 2016)

#### **BRILink**

Agen BRILink merupakan layanan agen laku pandai milik Bank BRI. Dengan menggandeng pihak ketiga dalam hal ini nasabah BRI sebagai agen, agen BRILink memberikan berbagai layanan perbankan bagi masyarakat, baik nasabah BRI maupun non-nasabah BRI melalui pemanfaatan teknologi digital. Tujuan utama dari agen BRILink adalah untuk memberikan pelayanan perbankan khususnya kepada masyarakat yang belum terlayani oleh bank secara administratif (unbanked atau unbankable) (Ratnasari, 2021). BRILink adalah sebuah layanan keuangan digital yang menghubungkan nasabah dengan BRI melalui perantara agen-agen yang tersebar di berbagai daerah, termasuk daerah terpencil. Layanan ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang BRI (Asas, 2024). Agen BRILink dinyatakan sebagai program perluasan dari layanan yang ada dalam BRI yaitu dengan Bank Rakyat Indonesia menjalin suatu kerjasama dengan para nasabah BRI sebagai seorang agen yang memiliki tugas memberikan layanan berbagai transaksi perbankan untuk warga masyarakat dengan bersifat real time online menggunakan fitur EDC (*Elektronik Data Capture*) dan aplikasi BRILink mobile dengan konsep sharing fee. Melalui agen BRILink, nasabah BRI maupun masyarakat umum lainnya bisa mendapatkan pelayanan yang sama seperti halnya di kantor BRI. Masyarakat dapat melakukan setoran tabungan, penarikan secara tunai serta melakukan transaksi pembayaran melalui agen. Hal ini merupakan tujuan dari adanya BRILink adalah untuk membantu memudahkan lapisan masyarakat menggunakan jasa atau layanan perbankan tanpa memikirkan antrean di bank. Dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa agen BRILink adalah layanan perbankan yang dimiliki oleh Bank BRI, yang berfungsi sebagai agen laku pandai dengan melibatkan nasabah BRI sebagai perantara. Layanan ini bertujuan untuk memberikan akses perbankan kepada masyarakat, terutama di daerah terpencil dan bagi mereka yang belum terlayani oleh bank secara administratif.

#### **Pendapatan**

Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti dan sewa. Pendapatan merupakan hal yang penting karena pendapatan adalah objek atas aktivitas perusahaan. Pendapatan memiliki pengertian yang bermacam-macam

tergantung dari sisi mana untuk meninjau pengertian pendapatan tersebut. Beberapa sumber yang menjelaskan mengenai definisi dari pendapatan, para ahli akuntansi mempunyai penafsiran yang berbeda dari pendapat yang sering dikaitkan dengan prosedur akuntansi tertentu, definisinya sebagai berikut ini.

Menurut *FASB (Financial Accounting Standard Board)* dalam (Nisah, 2021) yang dikemukakan oleh Harahap (2009:113), "Pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan nilai aset dari suatu entitas atau penyelesaian kewajiban dari entitas atau gabungan keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atas pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.

Pengertian pendapatan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (Firdausi, 2020).

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan aset suatu entitas (perorangan, perusahaan, atau organisasi) dalam periode tertentu, yang berasal dari kegiatan utamanya. Sederhananya, pendapatan adalah uang atau nilai yang diterima sebagai imbalan atas barang atau jasa yang dijual, atau dari aktivitas lainnya yang merupakan bagian dari operasi normal bisnis.

#### **Lokasi**

Menurut Heizer & Render (2015) dalam (Saepul et al., 2019) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan.

Menurut Kotler (2008) Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.

Sebelum suatu perusahaan mendirikan pabrik, biasanya direncanakan sebaik mungkin sebab letak berpengaruh pada biaya operasi/produksi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar (Subagyo, 2000).

Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu titik atau area spesifik di permukaan bumi atau ruang yang menjadi tempat berlangsungnya suatu aktivitas, peristiwa, atau keberadaan suatu objek. Dalam konteks bisnis, lokasi merujuk pada tempat di mana perusahaan beroperasi.

#### **Produk**

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Pengertian produk (product) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Menurut Tjiptono (2008, p.95) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Pengertian produk menurut Stanton (1996:222) adalah suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Dari keempat definisi produk tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Pembeli dalam membeli setiap barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Pembeli bersedia membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

### **Risiko**

Konsep risiko telah menjadi perhatian banyak ahli dari berbagai disiplin ilmu. Menurut Hanafi (2006), risiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian 1 yang akan datang. Sementara itu, ISO 31000:2009 mendefinisikan risiko sebagai peristiwa atau kejadian yang berpotensi menimbulkan kerugian dan dapat menghambat tercapainya tujuan perusahaan. Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dapat berdampak negatif pada tujuan yang ingin dicapai.

Dalam konteks bisnis, risiko memiliki implikasi yang signifikan terhadap keberlangsungan perusahaan. Menurut Arthur J. Keown (2000), risiko adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai. Artinya, risiko bisnis adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan yang dapat menyebabkan kerugian finansial atau reputasi. Lebih lanjut, Knight (1921) membedakan risiko menjadi risiko yang dapat diukur (*measurable risk*) dan risiko yang tidak dapat diukur (*unmeasurable risk*). Risiko yang dapat diukur, seperti risiko pasar, dapat dikelola dengan menggunakan model-model statistik. Sementara itu, risiko yang tidak dapat diukur, seperti risiko politik, lebih sulit diprediksi dan dikelola.

Risiko merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari faktor pertumbuhan dari suatu organisasi/perusahaan, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal. Definisi risiko juga telah dikemukakan berbagai macam literatur, namun semuanya memiliki arti yang sama yakni dekat. Risiko juga dapat dikaitkan dengan kemungkinan terjadinya atau keadaan yang mengancam tujuan dan sasaran organisasi. Menurut Vaughan (1978), beberapa definisi risiko adalah:

1. Risiko adalah peluang kerugian (risiko adalah terbukanya kemungkinan kerugian)
2. Risiko adalah kemungkinan terjadinya kerugian (risiko adalah kemungkinan kerugian)
3. Risiko adalah ketidakpastian (risiko adalah intimidasi)

Dalam dunia keuangan dan bisnis, hubungan antara risiko dan pendapatan merupakan konsep yang sangat penting. Secara umum, terdapat korelasi positif antara keduanya, yang berarti bahwa semakin tinggi risiko yang diambil, semakin besar potensi pendapatan yang dapat diperoleh. Keuntungan berbanding seajar dengan risiko, semakin besar risiko maka keuntungan yang diharapkan harus lebih besar (Tandelilin, 2010).

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Tabel 3. Tabel Penelitian Terdahulu

| NO | Peneliti dan Tahun Penelitian | Judul Penelitian           | Variabel Penelitian  | Hasil Penelitian                       |
|----|-------------------------------|----------------------------|----------------------|--|
| 1. | (Marsyandah Irwan             | Pengaruh Lokasi Dan Produk | Variabel Independen: | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa |

|    |                                       |  |   |   |
|----|---------------------------------------|--|---|---|
|    | Polapaa, Zulkifli Bokiub, 2024)       | Terhadap Pendapatan Agen BRILink Pada Kabupaten Gorontalo  | Lokasi, Produk<br>Variabel<br>Dependen:<br>Pendapatan   | 1) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo.<br>2) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo.<br>3) Secara simultan lokasi dan produk berpengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink pada Kabupaten Gorontalo. |
| 2. | (Andira Ayu, 2022)                    | Pengaruh Produk Brilink dan Kualitas Layanan Terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kecamatan Sinjai Utara                | Variabel<br>Independen:<br>Produk dan<br>Kualitas Layanan<br><br>Variabel<br>Dependen:<br>Pendapatan    | Hasil penelitian menunjukkan ini bahwa produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink.  |
| 3. | (Amanda et al., 2024)                 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Agen Brilink  | Variabel<br>Independen :<br>Kualitas Produk<br><br>Variabel<br>Dependen:<br>Pendapatan                  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.   |
| 4. | (Suyanti, 2021)                       | Pengaruh Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kota Palopo                                   | Variabel<br>Independen :<br>Kualitas Produk<br><br>Variabel<br>Dependen:<br>Pendapatan                  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.  |
| 5. | (Wildan Dzulfaqor & Abdul Moin, 2023) | Analisis Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Kualitas Produktivitas Agen BRILink Sebagai Pendorong Financial Inclusion | Variabel<br>Independen :<br>Manajemen Risiko<br><br>Variabel<br>Dependen ;<br>Kualitas<br>produktifitas | Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen risiko mempengaruhi kualitas pproduktifitas agen BRILink.  |
| 6. | (Oktariyanti, 2021)                   | Analisis Risiko Dalam Meningkatkan   | Variabel<br>Independen :<br>Risiko  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko produksi, risiko  |

|  |  |   |                                      |  |
|--|--|---|--------------------------------------|--|
|  |  | Pendapatan Usaha Pada UMKM Kerupuk Kemplang Darwati Desa Bayung Lencir Sumatera Selatan | Variabel Dependen : Pendapatan Usaha | harga, risiko keuangan, risiko pasa dan pemasaran mempengaruhi pendapatan. |
|--|--|---|--------------------------------------|--|

### 2.3 Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Lokasi Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Lokasi merupakan salah satu peran utama yang sangat penting pada dunia usaha dan bisnis. Teori lokasi menurut (Tarigan, 2006:77) adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.

Lokasi yang strategis dengan pusat keramaian, aman, nyaman, mudah terjangkau, dan ketersediaan tempat parkir umumnya akan lebih disukai oleh konsumen. Lokasi yang strategis juga membuat para konsumen lebih mudah dalam mengaksesnya. Selain memberikan kemudahan melakukan transaksi perbankan pada masyarakat seperti cek saldo, pembayaran listrik, transfer, dan pembelian pulsa melalui mesin EDC, efisien waktu dan biaya, menjangkau semua kalangan masyarakat tanpa terkecuali, persepsi lokasi juga berperan dalam hal kemudahan jangkauan lokasi. Agen BRILink yang dekat dengan nasabah memudahkan nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan pada agen tersebut, hal ini berkaitan dengan jauhnya letak lokasi bank dari daerah masyarakat sehingga dengan adanya BRILink pada beberapa lokasi tersebut menjadi saling menguntungkan antara nasabah pengguna BRILink dan Agen BRILink. Pada penelitian yang dilakukan (Marsyandah Irwan Polapa, Zulkifli Boki & Amir Lukum, 2024) menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara persepsi lokasi terhadap minat nasabah BRILink.

H1 : Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan Agen BRILink.

#### Pengaruh Produk Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Pengertian produk (product) menurut Kotler & Armstrong, (2001: 346) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

BILink memberikan produk layanan yang beragam seperti transfer, setor tunai, tarik tunai, pembayaran listrik, pembayaran belanja online, pembelian pulsa, setoran cicilan pinjaman, top up, dan pembayaran beberapa tagihan lainnya. Dengan beragamnya produk BRILink, masyarakat, terutama di daerah-daerah yang kurang terjangkau layanan perbankan konvensional, dapat dengan mudah mengakses berbagai layanan keuangan. Hal ini berkontribusi pada inklusi keuangan yang lebih baik. Pada penelitian yang dilakukan (Marsyandah Irwan Polapa, Zulkifli Boki & Amir Lukum, 2024) menyatakan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

H2 : Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

#### Pengaruh Risiko Terhadap Pendapatan Agen Brilink

Risiko adalah kemungkinan terjadinya suatu peristiwa atau kejadian yang tidak diinginkan, yang dapat menyebabkan kerugian atau dampak negatif lainnya. Dalam konteks

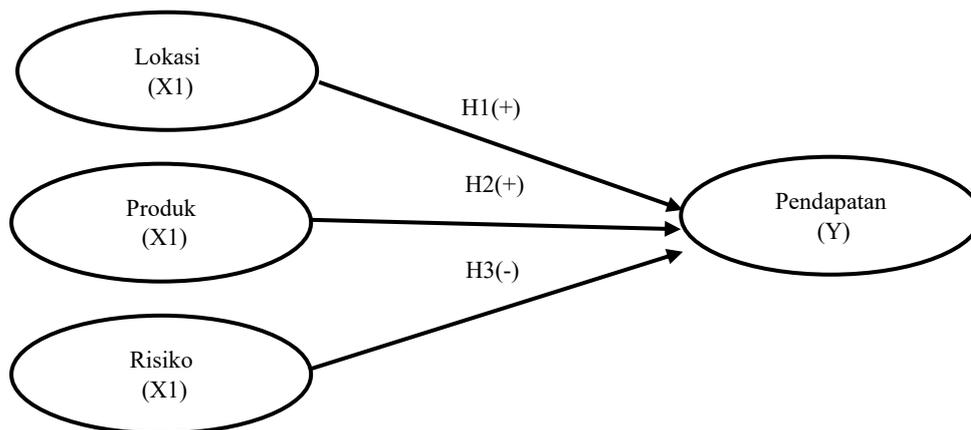
yang lebih sederhana, risiko bisa diartikan sebagai ketidakpastian akan hasil suatu tindakan atau keadaan. Risiko adalah sebuah kemungkinan kejadian atau peristiwa yang merugikan perusahaan atau bisnis, dimana kejadian tersebut tidak dapat diprediksi (Latifiana, D. 2017).

Risiko merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh setiap agen BRILink. Beberapa risiko yang dihadapi agen BRILink diantaranya adalah adanya risiko operasional termasuk di dalamnya adalah kesalahan dalam melakukan transaksi, kerusakan perangkat, gangguan jaringan, atau kesalahan pencatatan. Risiko ini dapat menyebabkan kerugian finansial bagi agen dan ketidakpuasan pelanggan. Selain itu risiko keamanan seperti adanya penipuan serta ancaman terhadap keamanan fisik agen dan asetnya, seperti pencurian uang tunai, perampokan, atau pembobolan. Risiko ini dapat menimbulkan kerugian materi dan juga dapat merusak reputasi agen.

Dengan memahami jenis-jenis risiko dan dampaknya terhadap pendapatan, agen dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengelola risiko dan meningkatkan keberlanjutan bisnis. Pengurangan risiko bukan hanya tentang menghindari kerugian, tetapi juga tentang menciptakan peluang untuk pertumbuhan. Dengan mengelola risiko dengan baik, agen BRILink dapat membangun bisnis yang kuat dan berkelanjutan.

H3 : Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink.

## 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber : penelitian terdahulu yang dikembangkan, 2024

## 3. Metode Penelitian

### 3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang menjadi landasan generalisasi dalam penelitian. Wilayah ini terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah dan sifat tertentu yang telah dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah 1.932 agen BRILink aktif yang ada di Kabupaten Grobogan (BRI KC Purwodadi, 2024).

### 3.2 Sampel dan Teknik Sampling

#### Sampel

Sampel adalah sub kelompok dari populasi yang dipilih secara cermat untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Sampel ini harus memiliki proporsi yang sama dengan populasi dalam hal karakteristik yang relevan dengan penelitian (Sugiyono, 2019).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$e^2$  = batas tolesansi kesalahan ditentukan sebesar 10%

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh perhitungan besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (2)$$

$$n = \frac{1.932}{1 + 1.932 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.932}{1 + 1.932 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.932}{20,32}$$

$$n = 95,078$$

Dengan menggunakan rumus Slovin hasil dari perhitungan sampel adalah 95,078 dan dibulatkan menjadi 96.

### **Teknik sampling**

Pada penelitian ini, peneliti memilih satu teknik sampling, yaitu purposive sampling. Menurut Sugiyono dalam Komala & Nellyaningsih (2017), Purposive Sampling adalah teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Teknik sampling adalah cara memilih sebagian dari populasi sebagai wakil untuk diteliti, dengan tujuan mendapatkan hasil yang bisa digeneralisasikan ke seluruh populasi (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, menurut (Sugiyono, 2019) *nonprobability sampling* adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, bukan berdasarkan peluang yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah cara memilih sampel berdasarkan kriteria khusus dengan pertimbangan tertentu. Tujuan penggunaan teknik sampling ini adalah untuk fokus pada populasi spesifik karena penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi karakteristik atau pengalaman dari agen BRILink yang relevan dengan topik dan masalah yang diangkat dalam penelitian.

Dalam memilih sampel penelitian, peneliti membuat beberapa kriteria untuk sampel yang diambil sebagai responden, adapun beberapa kriteria responden dalam penelitian ini yaitu :

1. Agen BRILink di Kabupaten Grobogan yang sudah menjadi agen BRILink selama lebih dari satu tahun.
2. Agen BRILink di Kabupaten Grobogan yang tidak menjadi agen dari bank lain.

Dan untuk pengukuran data pada penelitian ini berdasarkan pada skala likert yang terdiri dari 5 tingkatan yaitu :

- |        |                             |
|--------|-----------------------------|
| Skor 1 | = Sangat Tidak Setuju (STS) |
| Skor 2 | = Tidak Setuju (TS)         |
| Skor 3 | = Netral (N)                |
| Skor 4 | = Setuju (S)                |
| Skor 5 | = Sangat Setuju (SS)        |

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain (Suharsini Arikunto (2013:172) pengertian dalam Febriansyah, n.d.). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari agen BRILink di Kabupaten Grobogan dengan cara menyebarkan kuesioner.

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik yang dapat berubah-ubah pada subjek penelitian, yang dipilih oleh peneliti untuk diukur dan dianalisis (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen dan variable independen. Variabel dependen, yang sering disebut variabel terikat, adalah variabel yang nilainya bergantung pada perubahan nilai variabel bebas. Dengan kata lain, variabel terikat adalah akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah pendapatan agen BRILink. Variabel independen atau yang sering disebut variabel bebas adalah variabel yang diasumsikan sebagai penyebab atau faktor yang mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2019). Variabel independen (X) dalam penelitian adalah lokasi, produk dan risiko.

Dalam penelitian ini definisi operasional variable penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 4. Operasional Variabel Penelitian

| NO | Variabel Penelitian | Definisi Operasional  | Indikator Variabel  |
|----|---------------------|---|---|
| 1. | Lokasi (X1)         | Lokasi adalah tempat beroperasi perusahaan/usaha dalam kegiatan untuk menghasilkan suatu keuntungan ekonomi terhadap barang atau jasa yang dijual. Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha aktifitas usaha dilakukan Kasmir (2016) dalam (Ikhsan, Sri Ernawati, 2024) | 1. Akses<br>2. Visibilitas<br>3. Lingkungan<br>4. Tempat parkir<br>5. Ekspansi<br>Fandy Tjiptono (2014:15) dalam (Ikhsan, Sri Ernawati, 2024)   |
| 2. | Produk (X2)         | Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan produsen yang bersifat nyata maupun tidak nyata sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Marsyandah Irwan Polapaa, Zulkifli Bokiub, 2024)   | 1. Form<br>2. Features<br>3. Perfomance<br>4. Conformance<br>5. Durability<br>6. Reliability<br>7. Repairability<br>8. Style<br>9. Customization<br>Kotler & Keller (2016:393) dalam (Nainggolan, 2020) |
| 3. | Risiko (X3)         | Risiko adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan, sehingga terjadi konsekuensi yang tidak diinginkan. (Hamonangan1 et al., 2022)   | 1. Risiko finansial<br>2. Risiko produk<br>3. Risiko waktu<br>4. Risiko pengiriman (Gultom et al., 2022)  |

|    |                     |  |  |
|----|---------------------|--|--|
| 4. | Pendapatan agen (Y) | Pendapatan adalah arus kas masuk atau kenaikan aktiva suatu perusahaan atau penurunan kewajiban (atau keduanya) adalah arus masuk aktiva dan atau penyelesaian kewajiban akibat penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau kegiatan menghasilkan laba lainnya yang membentuk operasi utama atau inti perusahaan yang berkelanjutan selama suatu periode (Kieso, 2007) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penghasilan atau omset penjualan.</li> <li>2. Laba usaha, laba atau keuntungan.</li> <li>3. Jam Kerja Pedagang</li> <li>4. Jumlah Pekerja (Thori, 2023)</li> </ol> |
|----|---------------------|--|--|

Sumber: dikembangkan untuk penelitian, 2024

### 3.4 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS versi 26. SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) berfungsi sebagai alat untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistic baik untuk statistic parametric maupun non-parametrik dengan basis windows (Ghozali, 2021). Berdasarkan definisi variabel operasional penelitian, variabel lokasi diukur dengan 5 indikator, variabel produk diukur dengan 9 indikator, variabel risiko diukur dengan 4 indikator, dan pendapatan agen diukur dengan 4 indikator.

#### Uji Kelayakan Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas, skor setiap butir pertanyaan dibandingkan dengan skor total dari variable yang diukur. Penelitian ini menggunakan korelasi bivariante untuk menguji validitas dengan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2021).

##### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.70$  (Nunnally, 1994) dalam (Ghozali, 2021).

#### Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebuah model regresi yang baik memiliki residual yang mengikuti distribusi normal. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal, digunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov. Residual dianggap berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2021).

##### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolonieritas adalah dengan menggunakan metode Tolerance dan VIF (Ghozali, 2021).

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varian residual diantara berbagai pengamatan dalam model regresi. Jika varian residualnya tetan konstan pada setiap pengamatan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variannya bervariasi, kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik

diharapkan memenuhi syarat homoskedastisitas. Salah satu metode untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser (Ghozali, 2021).

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Menurut (Ghozali, 2021) regresi Linier Berganda yaitu analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independen, tujuannya untuk menaksir besarnya parameter model, dengan formulasi umum:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (2)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 L + \beta_2 P + \beta_3 R + \varepsilon$$

Dimana:

- Y : Variabel Dependen (Pendapatan Agen)
- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien regresi dari setiap variabel independen
- L : Lokasi
- P : Produk
- R : Risiko
- $\varepsilon$  : Error/Residual

### **Uji Hipotesis**

#### **a. Uji T (Parsial)**

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). table koefisien regresi digunakan untuk memeriksa nilai signifikansi. Pengujian regresi dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Ghozali, 2021). Kriteria pengujian statistic t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$  maka  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen dan dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

#### **b. R Square ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variasi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2021).

Namun koefisien determinasi ( $R^2$ ) hanya merupakan salah satu dari berbagai kriteria dalam memilih model yang baik. Jika suatu model regresi linear menghasilkan  $R^2$  yang tinggi, tetapi tidak konsisten dengan teori yang digunakan atau gagal memenuhi uji asumsi klasik, model tersebut tidak dapat dianggap sebagai model yang baik untuk estimasi (Ghozali, 2021).

Salah satu kelemahan  $R^2$  adalah cenderung bias terhadap jumlah variabel independen dalam model. Penambahan variabel independen akan meningkatkan nilai  $R^2$ , meskipun variabel tersebut mungkin tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan nilai adjusted  $R^2$  yang dapat menyebabkan nilai  $R^2$  sesuai dengan penambahan atau pengurangan variabel independen dalam model. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan nilai adjusted  $R^2$  untuk mengindikasikan bias dalam mengukir sejauh mana model dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2021).

#### **c. Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Tujuannya adalah untuk menilai pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi  $F < 0,05$ , maka dapat

disimpulkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama atau sebaliknya (Ghozali, 2021).

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 5. Demografi Umum Responden

|    | Keterangan                  | Frekuensi | Presentase |
|----|-----------------------------|-----------|------------|
| A. | Gender                      |           |            |
|    | Perempuan                   | 41        | 43%        |
|    | Laki-laki                   | 55        | 57%        |
|    | Total                       | 96        | 100%       |
| B. | Usia                        |           |            |
|    | 20-25 tahun                 | 0         | 0%         |
|    | 26-30 tahun                 | 19        | 20%        |
|    | 31-35 tahun                 | 26        | 27%        |
|    | 36-40 tahun                 | 46        | 48%        |
|    | 41-45 tahun                 | 1         | 1%         |
|    | 45-50 tahun                 | 2         | 2%         |
|    | >50 tahun                   | 2         | 2%         |
|    | Total                       | 96        | 100%       |
| C. | Lama menjadi agen           |           |            |
|    | > 1 tahun                   | 96        | 100%       |
|    | < 1 tahun                   | 0         | 0%         |
|    | Total                       | 96        | 100%       |
| D. | Menjadi agen dari Bank lain |           |            |
|    | Iya                         | 0         | 0%         |
|    | Tidak                       | 96        | 100%       |
|    | Total                       | 96        | 100%       |

Sumber: Olah data, 2025

Sebagian besar responden pada hasil penelitian ini terdiri dari laki-laki, yang mencapai (57%) dari total keseluruhan, sementara perempuan berjumlah (43%). Dari perspektif usia, mayoritas responden berada dalam rentang usia 36-40 tahun, yang mencakup (48%) dari keseluruhan responden. Kelompok usia berikutnya adalah mereka yang berusia 31-35 tahun, yang mencatatkan angka sebesar (27%). Sementara itu, responden berusia 26-30 tahun mencapai (20%). Di sisi lain, hanya terdapat (2%) responden yang berusia antara 45-50 tahun dan lebih dari 50 tahun. Terakhir, kelompok usia 41-45 tahun hanya sejumlah (1%) dari total responden. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas partisipan adalah individu dewasa yang berada pada fase produktif dalam kehidupan mereka.

Semua responden (100%) telah menjadi agen setidaknya selama satu tahun. Ini mengkonfirmasi pengamatan sebelumnya dan ditunjukkan oleh respons (0%) bagi mereka yang memiliki pengalaman kurang dari satu tahun. Semua responden (100%) bukan agen dari bank tertentu. Ini ditunjukkan oleh respons "0%" bagi mereka yang merupakan agen dari bank tertentu. Data ini menunjukkan bahwa semua responden adalah agen berpengalaman dengan setidaknya satu tahun pengalaman dan tidak satu pun dari mereka yang terkait dengan bank tertentu yang disebutkan.

## 4.2 Statistik Deskriptif Variabel

Statistik deskriptif variabel merupakan ringkasan data yang menggambarkan pola kecenderungan jawaban responden terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Perhitungan dilakukan dengan menerapkan rumus:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)}{5} \quad (3)$$

Keterangan:

$F1$  = Frekuensi responden yang memberikan jawaban 1

$F2$  = Frekuensi responden yang memberikan jawaban 2

$F3$  = Frekuensi responden yang memberikan jawaban 3

$F4$  = Frekuensi responden yang memberikan jawaban 4

$F5$  = Frekuensi responden yang memberikan jawaban 5

### Penentuan indeks nilai dengan metode Three-box Method

$$\text{Skor tertinggi} = \frac{F5 \times 5}{5} = \frac{96 \times 5}{5} = 96$$

$$\text{Skor terendah} = \frac{F5 \times 1}{5} = \frac{96 \times 1}{5} = 19,2$$

$$\text{Range (R)} = 96 - 19,2 = 76,8$$

$$\text{Nilai tengah (M)} = 19,2 + \frac{76,8}{2} = 57,6$$

$$\text{Interval (I)} = \frac{76,8}{3} = 25,6$$

Dengan demikian, indeks nominal yang dihasilkan memiliki rentang nilai dari 19,2 – 96, dengan jarak rentang sebesar 76,8. Metode 3 kotak (*Three-box Method*) digunakan dengan membagi rentang nilai 76,8 menjadi 3 bagian, menghasilkan jarak nilai sebesar 25,6. Jarak ini kemudian dijadikan dasar untuk menginterpretasikan nilai indeks (Augusty Ferdinan, 2014).

*Indeks 19,2 – 44,8* = Interpretasi Rendah

*Indeks 44,9 – 70,5* = Interpretasi Sedang

*Indeks 70,6 – 96* = Interpretasi Tinggi

Berdasarkan ketentuan tersebut, indeks persepsi responden pada variabel penelitian ini ditentukan. Selanjutnya, interpretasi hasil persepsi responden dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 6. Indeks Tanggapan Responden

|        |                  | STS | TS | KS | S  | SS |              |             |               |
|--------|------------------|-----|----|----|----|----|--------------|-------------|---------------|
| Lokasi | X1.1             | 1   | 4  | 3  | 49 | 39 | 409          | 81,8        | Tinggi        |
|        | X1.2             | 1   | 5  | 7  | 61 | 22 | 386          | 77,2        | Tinggi        |
|        | X1.3             | 3   | 10 | 18 | 51 | 14 | 351          | 70,2        | Sedang        |
|        | X1.4             | 5   | 26 | 45 | 6  | 14 | 286          | 57,2        | Sedang        |
|        | X1.5             | 7   | 64 | 10 | 8  | 7  | 232          | 46,4        | Sedang        |
|        | Rata-rata Indeks |     |    |    |    |    | <b>332,8</b> | <b>66,6</b> | <b>Sedang</b> |
| Produk | X2.1             | 2   | 58 | 17 | 8  | 11 | 256          | 51,2        | Sedang        |
|        | X2.2             | 2   | 31 | 39 | 13 | 11 | 288          | 57,6        | Sedang        |
|        | X2.3             | 2   | 31 | 39 | 13 | 11 | 288          | 57,6        | Sedang        |
|        | X2.4             | 2   | 11 | 57 | 12 | 14 | 313          | 62,6        | Sedang        |
|        | X2.5             | 2   | 11 | 47 | 26 | 10 | 319          | 63,8        | Sedang        |
|        | X2.6             | 2   | 11 | 37 | 29 | 17 | 336          | 67,2        | Sedang        |
|        | X2.7             | 2   | 4  | 44 | 28 | 18 | 344          | 68,8        | Sedang        |
|        | X2.8             | 2   | 4  | 44 | 25 | 21 | 347          | 69,4        | Sedang        |

|            |                  | STS | TS | KS | S  | SS |              |             |               |
|------------|------------------|-----|----|----|----|----|--------------|-------------|---------------|
|            | X2.9             | 2   | 4  | 27 | 33 | 30 | 373          | 74,6        | Tinggi        |
|            | Rata-rata Indeks |     |    |    |    |    | <b>318,2</b> | <b>63,6</b> | <b>Sedang</b> |
| Risiko     | X3.1             | 12  | 43 | 32 | 7  | 2  | 232          | 46,4        | Sedang        |
|            | X3.2             | 6   | 37 | 44 | 9  | 0  | 248          | 49,6        | Sedang        |
|            | X3.3             | 5   | 33 | 41 | 13 | 4  | 266          | 53,2        | Sedang        |
|            | X3.4             | 5   | 24 | 40 | 14 | 13 | 294          | 58,8        | Sedang        |
|            | Rata-rata Indeks |     |    |    |    |    | <b>260,0</b> | <b>52,0</b> | <b>Sedang</b> |
| Pendapatan | Y1.1             | 1   | 4  | 18 | 48 | 25 | 380          | 76          | Tinggi        |
|            | Y1.2             | 1   | 4  | 13 | 48 | 30 | 390          | 78          | Tinggi        |
|            | Y1.3             | 1   | 3  | 12 | 48 | 32 | 395          | 79          | Tinggi        |
|            | Y1.4             | 1   | 3  | 7  | 45 | 40 | 408          | 81,6        | Tinggi        |
|            | Rata-rata Indeks |     |    |    |    |    | <b>393,3</b> | <b>78,7</b> | <b>Tinggi</b> |

Sumber: Olah data, 2025

Lokasi memiliki persepsi yang tinggi. Persepsi yang tinggi pada lokasi X1.1 dan X1.2 menunjukkan bahwa lokasi sangat dirasa berpengaruh. Persepsi yang sedang pada lokasi X1.3, X1.4 dan X1.5 menunjukkan bahwa lokasi masih dirasa berpengaruh, namun tidak sebesar X1.1 dan X2. Produk memiliki persepsi yang sedang terhadap variabel ini. Persepsi yang sedang pada X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.7, dan X2.8 menunjukkan bahwa produk cukup dirasa berpengaruh. Persepsi yang tinggi pada X2.9 menunjukkan bahwa produk sangat dirasa berpengaruh. Risiko memiliki persepsi yang sedang terhadap variabel ini. Persepsi yang sedang pada X3.1, X3.2, X3.3, dan X3.4 menunjukkan bahwa risiko cukup dirasa berpengaruh. Pendapatan memiliki persepsi yang tinggi terhadap variabel ini. Hal ini menandakan bahwa pendapatan dirasa sangat berpengaruh terhadap variabel yang diukur. Persepsi yang tinggi pada Y1.1, Y1.2, Y1.3, dan Y1.4 menunjukkan bahwa pendapatan sangat dirasa berpengaruh.

Hasil pada tabel 5 menunjukkan adanya variasi dalam tanggapan responden, dengan rata-rata indeks pada semua variabel berada dalam kategori sedang. Ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan yang sedang terhadap Lokasi, Produk, dan Risiko. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan yang positif terhadap ketiga aspek tersebut. Dengan kata lain, responden tidak hanya menyadari pentingnya lokasi dan produk dalam konteks pelayanan pelanggan, tetapi juga menunjukkan kesadaran terhadap potensi risiko yang mungkin mereka hadapi. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa penyedia jasa lakupandai (BRILink) di Kabupaten Grobogan memiliki pemahaman yang baik mengenai manfaat dan tantangan yang terkait dengan layanan lakupandai, serta kesiapan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Temuan ini memberikan indikasi bahwa faktor-faktor tersebut dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan pendapatan dan keterlibatan agen dalam menjadi penyedia layanan BRILink.

### 4.3 Statistik Deskriptif Data Penelitian

Tabel 7. Statistik Deskriptif Data Kuesioner

| Descriptive Statistics |    |       |         |         |       |                |          |
|------------------------|----|-------|---------|---------|-------|----------------|----------|
|                        | N  | Range | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation | Variance |
| Lokasi                 | 96 | 20    | 5       | 25      | 17,33 | 4,080          | 16,646   |
| Produk                 | 96 | 36    | 9       | 45      | 29,83 | 8,137          | 66,204   |
| Risiko                 | 96 | 15    | 4       | 19      | 10,83 | 3,204          | 10,267   |
| Pendapatan             | 96 | 16    | 4       | 20      | 16,39 | 3,059          | 9,355    |
| Valid N (listwise)     | 96 |       |         |         |       |                |          |

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Statistik deskriptif pada tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata (mean) dari empat variabel memiliki nilai yang bervariasi. Variabel Persepsi Produk (X2) memiliki rata-rata tertinggi, yaitu 29,83, Lokasi (X1) dengan rata-rata 17,33, Pendapatan (Y) dengan nilai rata-rata 16,39, dan Risiko (X3) dengan nilai rata-rata 10,83. Selanjutnya variabel Produk (X2) memiliki penyimpangan terbesar dari nilai rata-rata dengan standar deviasi 8,137 dan ragam 66,204 yang menunjukkan bahwa jawaban responden pada variabel ini sangat bervariasi. Sebaliknya, variabel Lokasi (X1), Risiko (X3), dan Pendapatan (Y) memiliki penyimpangan yang lebih kecil, dengan standar deviasi masing-masing 4,080, 3,204, dan 3,059. Hal ini menunjukkan bahwa variabel **Produk (X2)** memiliki penyimpangan terbesar dari nilai rata-rata, dengan standar deviasi, Hal ini mengindikasikan bahwa jawaban responden terhadap variabel ini sangat bervariasi, mencerminkan adanya perbedaan pandangan yang signifikan di antara mereka mengenai produk yang mungkin bervariasi pada layanan BRILink. Sebaliknya, variabel **Lokasi (X1), Risiko (X3), dan Pendapatan (Y)** menunjukkan penyimpangan yang lebih kecil dengan standar deviasi. Penyimpangan yang lebih kecil ini mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki pandangan yang lebih konsisten mengenai lokasi, risiko, dan pendapatan agen dalam konteks penyedia jasa lakupandai.

### 4.4 Uji Kelayakan Data

#### Uji Validitas

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

| <i>Variabel</i> | <i>Item</i> | <i>Nilai Signifikansi</i> | <i>Keterangan</i> |
|-----------------|-------------|---------------------------|-------------------|
| Lokasi          | X1.1        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X1.2        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X1.3        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X1.4        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X1.5        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
| Produk          | X2.1        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.2        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.3        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.4        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.5        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.6        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.7        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.8        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X2.9        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |

| <i>Variabel</i> | <i>Item</i> | <i>Nilai Signifikansi</i> | <i>Keterangan</i> |
|-----------------|-------------|---------------------------|-------------------|
| Risiko          | X3.1        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X3.2        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X3.3        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | X3.4        | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
| Pendapatan      | Y1          | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | Y2          | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | Y3          | 0,000                     | <i>Valid</i>      |
|                 | Y4          | 0,000                     | <i>Valid</i>      |

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 8 di atas, seluruh instrument pernyataan pada variabel penelitian, yaitu Persepsi Lokasi (X1), Produk (X2), Risiko (X3), dan Pendapatan (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki hubungan yang signifikan dengan total skor variabelnya, Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, semua instrument penelitian dinyatakan valid untuk mengukur variabel yang diteliti.

### **Uji Reliabilitas**

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

| <i>Variabel</i> | <i>Nilai Cronbach's Alpha</i> | <i>Keterangan</i> |
|-----------------|-------------------------------|-------------------|
| Lokasi          | 0,926                         | <i>Reliable</i>   |
| Produk          | 0,982                         | <i>Reliable</i>   |
| Risiko          | 0,905                         | <i>Reliable</i>   |
| Pendapatan      | 0,941                         | <i>Reliable</i>   |

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Hasil uji reliabilitas pada tabel 9 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu Lokasi (0,926), Produk (0,982), Risiko (0,905), dan Pendapatan (0,941). Seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,7 yang artinya semua variabel dapat dinyatakan reliable atau instrument yang digunakan konsisten jika digunakan dalam kondisi yang serupa.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

| <b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b> |                | Unstandardized Residual |
|---|----------------|-------------------------|
| N   |                | 96                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>          | Mean           | .0000000                |
|   | Std. Deviation | 2.08890755              |
| Most Extreme Differences                  | Absolute       | .075                    |
|   | Positive       | .041                    |
|   | Negative       | -.075                   |
| Test Statistic                            |                | .075                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                    |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Hasil uji normalitas pada tabel 10 dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai signifikansi 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal atau selisih antara nilai yang diprediksi oleh model (nilai yang diharapkan) dan nilai yang sebenarnya (observasi) tersebar secara acak dan mengikuti pola distribusi yang normal.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

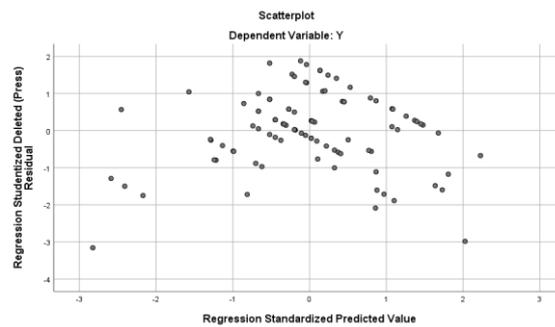
| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |    |                         |       |
|---------------------------------|----|-------------------------|-------|
|                                 |    | Collinearity Statistics |       |
| Model                           |    | Tolerance               | VIF   |
| 1                               | X1 | .302                    | 3.308 |
|                                 | X2 | .292                    | 3.428 |
|                                 | X3 | .937                    | 1.067 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Pada table 11 di atas menunjukkan hasil uji multikolinearitas yang memiliki nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel independen dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas yang signifikan. Untuk variable Lokasi (X1), nilai VIF sebesar 3,308 dan *Tolerance* 0,302; Produk (X2) memiliki nilai VIF 3,428 dan *Tolerance* 0,292; Risiko (X3) memiliki nilai VIF 1,067 dan *Tolerance* 0,937. Karena semua nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas yang signifikan antara variabel-variabel independen.

## Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Tabel 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |      |
| 1     | (Constant)                  | 1.732      | .723                      |       | 2.397 | .019 |
|       | X1                          | .019       | .061                      | .059  | .310  | .757 |
|       | X2                          | -.017      | .031                      | -.104 | -.542 | .589 |
|       | X3                          | .005       | .044                      | .013  | .124  | .901 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan gambar 2 dan tabel 10 hasil uji heteroskedastisitas di atas, pada setiap variabel independen dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi adanya masalah heteroskedastisitas yang signifikan, karena semua nilai signifikansi untuk variabel Lokasi (X1), Produk (X2), dan Risiko (X3) lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak ada pola kesalahan yang sistematis atau varians yang tidak konstan pada residuals. Uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot terlihat dari sebaran titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu.

## 4.6 Uji Hipotesis

### Uji t

Tabel 13. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.   |      |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|------|
|       | B                           | Std. Error | Beta                      |       |        |      |
| 1     | (Constant)                  | 8.687      | 1.153                     |       | 7.536  | .000 |
|       | X1                          | .368       | .097                      | .491  | 3.793  | .000 |
|       | X2                          | .103       | .050                      | .275  | 2.085  | .040 |
|       | X3                          | -.163      | .070                      | -.171 | -2.323 | .022 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dipaparkan diatas, hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05 pada setiap variabel. Oleh karena itu, kesimpulan dari uji statistik t (t-test) adalah sebagai berikut:

- a. Pada Lokasi (X1), nilai  $t = 3,793$  dan  $Sig. = 0,000$  (kurang dari 0,05), menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y) dengan arah positif ( $\beta = 0,368$ ).
- b. Pada Produk (X2), nilai  $t = 2,085$  dan  $Sig. = 0,040$  (kurang dari 0,05), menunjukkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y) dengan arah positif ( $\beta = 0,103$ ).
- c. Pada Risiko (X3), nilai  $t = -2,323$  dan  $Sig. = 0,022$  (kurang dari 0,05), menunjukkan bahwa Risiko berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan (Y) dengan arah negatif ( $\beta = -0,163$ ).

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .730 <sup>a</sup> | .534     | .518              | 2.123                      |

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Pada tabel 14 diatas menunjukkan hasil analisis koefisien determinasi bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,534, yang berarti 53,4% variabilitas dalam variabel dependen Pendapatan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu Lokasi (X1), Produk (X2), dan Risiko (X3). Sedangkan nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,518 menunjukkan bahwa sekitar 51,8% variabel Pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut dan hanya 48,2% disebabkan oleh faktor lain di luar model ini.

### Uji F

Tabel 15. Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 474.204        | 3  | 158.068     | 35.081 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 414.536        | 92 | 4.506       |        |                   |
|                    | Total      | 888.740        | 95 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji F, nilai F hitung sebesar 35,081 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen Lokasi (X1), Produk (X2), dan Risiko (X3) terhadap variabel dependen Pendapatan (Y).

#### 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

|       |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1     | (Constant) | 8.687                       | 1.153      |                           | 7.536  | .000 |
|       | X1         | .368                        | .097       | .491                      | 3.793  | .000 |
|       | X2         | .103                        | .050       | .275                      | 2.085  | .040 |
|       | X3         | -.163                       | .070       | -.171                     | -2.323 | .022 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dipaparkan di atas, model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 8,687 + 0,368(Lokasi) + 0,103(Produk) - 0,163(Risiko) + \varepsilon$$

Pada variable Lokasi (X1) dan variable Produk (X2) memiliki koefisien positif yang menunjukkan bahwa peningkatan pada variable ini akan meningkatkan pendapatan, dan variabel Risiko (X3) memiliki koefisien negatif yang menunjukkan bahwa penurunan variable ini akan meningkatkan pendapatan.

#### 4.8 Pembahasan

##### Pengaruh Lokasi terhadap Pendapatan Agen BRILinkdi Kabupaten Grobogan

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, rata-rata nilai tertinggi dari indikator variabel Lokasi terletak pada pernyataan "Lokasi mudah di jangkau." Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis berpotensi untuk didatangi lebih banyak pengguna layanan sehingga berdampak besar pada pendapatan agen BRILink. Dari semua pernyataan pada masing-masing indikator yang memiliki kriteria sedang hingga tinggi, rata-rata jawaban responden terhadap variabel lokasi menunjukkan nilai sebesar 332,8 dengan kategori sedang. Ini mencerminkan bahwa meskipun responden cenderung membutuhkan jasa layanan laku pandai, sebagian dari mereka masih memiliki kecenderungan untuk memilih lokasi agen laku pandai yang strategis untuk kemudahan akses.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah agen BRILink. Berdasarkan data demografi, mayoritas responden berasal dari kelompok usia 36-40 tahun (48%). Kelompok usia dewasa akhir yang cenderung memiliki pengalaman untuk membuka usaha layanan jasa yang sudah berpengalaman, sehingga lebih mudah untuk memperkirakan lokasi yang tepat untuk membuka jasa layanan laku pandai. Dengan kata lain, individu dengan usia lebih rendah dan pengalaman berwirausaha yang terbatas mungkin kurang berpengalaman untuk memperkirakan lokasi yang tepat untuk membuka jasa layanan BRILink.

Menurut teori, hubungan antara lokasi dan pendapatan agen BRILink dapat dijelaskan melalui teori lokasi. Lokasi merupakan faktor krusial dalam menentukan keberhasilan agen BRILink. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang strategis berdampak positif terhadap pendapatan agen. Lokasi yang baik meningkatkan aksesibilitas bagi pelanggan, visibilitas usaha, dan mengurangi tingkat persaingan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Andira Ayu, 2022) dengan hasil penelitian berupa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. 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. Dengan demikian semakin baik pemilihan lokasi maka pendapatan agen BRILink akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 16, koefisien regresi untuk lokasi adalah 0,368 dengan p- value sebesar 0,000. Karena nilai p- value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Artinya, semakin baik lokasi yang dipilih maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh agen BRILink. Hasil ini mengkonfirmasi hipotesis tiga (H3) penelitian bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink sehingga hipotesis diterima.

#### **Pengaruh Produk terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kabupaten Grobogan**

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, rata-rata nilai tertinggi dari indikator variabel Produk terletak pada pernyataan "Produk yang tersedia dapat disesuaikan dengan apa yang diinginkan pelanggan". Hal ini menunjukkan bahwa produk pada BRILink berpotensi besar untuk menarik minat pengguna karena dapat disesuaikan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengguna tersebut sehingga berpotensi besar pada pendapatan agen BRILink. Dari semua pernyataan pada masing-masing indikator yang memiliki kriteria sedang hingga tinggi, rata-rata jawaban responden terhadap variabel produk menunjukkan nilai sebesar 318,2 dengan kategori sedang. Ini mencerminkan bahwa meskipun responden cenderung membutuhkan jasa layanan laku pandai, sebagian dari mereka masih memiliki kecenderungan untuk memilih produk layanan agen laku pandai yang dapat disesuaikan dengan apa yang mereka inginkan.

Dalam penelitian ini, dengan objek penelitian yaitu agen BRILink. Berdasarkan data demografi, mayoritas responden berasal dari kelompok usia 36-40 tahun (48%). Kelompok usia dewasa akhir yang cenderung memiliki perkiraan mengenai apa saja produk yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar, sehingga lebih mudah untuk memperkirakan peluang membuka usaha agen BRILink di sekitar lokasi tersebut. Dengan kata lain, individu dengan usia lebih rendah dan pengalaman yang terbatas mungkin kurang berpengalaman untuk memperkirakan apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar.

Menurut teori, hubungan antara produk dan pendapatan agen BRILink dapat dijelaskan melalui teori produk. Produk yang ditawarkan meliputi layanan keuangan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa. Kualitas dan variasi layanan ini sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk yang relevan dengan apa yang dibutuhkan pelanggan tentunya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk menggunakan layanan BRILink lebih sering sehingga pendapatan agen bertambah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marsyandah Irwan Polapaa, Zulkifli Bokiub, 2024) bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. 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.

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 16, koefisien regresi untuk lokasi adalah 0,103 dengan p- value sebesar 0,040. Karena nilai p- value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Artinya, semakin baik produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pendapatan yang diperoleh agen BRILink. Hasil ini mengkonfirmasi hipotesis 2 (H2) penelitian bahwa produk memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan agen BRILink sehingga hipotesis diterima.

#### **Pengaruh Risiko terhadap Pendapatan Agen BRILink di Kabupaten Grobogan**

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, rata-rata nilai tertinggi dari indikator variabel Risiko terletak pada pernyataan "Terdapat risiko kehilangan dana selama proses transaksi." Hal ini menunjukkan bahwa adanya risiko kehilangan dana berpotensi pada penurunan pendapatan

agen BRILink. Dari semua pernyataan pada masing-masing indikator yang memiliki kriteria sedang hingga tinggi, rata-rata jawaban responden terhadap variabel risiko menunjukkan nilai sebesar 260,0 dengan kategori sedang. Ini mencerminkan bahwa meskipun banyak pengguna produk layanan yang disediakan oleh BRILink, agen BRILink tetap menghadapi risiko dimana hal ini dapat berpengaruh pada penurunan pendapatan.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah agen BRILink. Berdasarkan data demografi, mayoritas responden berasal dari kelompok usia 36-40 tahun (48%). Kelompok usia dewasa akhir yang cenderung memiliki pengalaman untuk mengatasi beberapa risiko yang terjadi selama pelayanan, sehingga lebih mudah bagi mereka bagaimana caranya untuk meminimalisir dan menghindari risiko yang ada. Dengan kata lain, individu dengan usia lebih rendah dan pengalaman berwirausaha yang terbatas mungkin kurang berpengalaman untuk mengatasi risiko yang mungkin terjadi.

Menurut teori, hubungan antara risiko dan pendapatan agen BRILink dapat dijelaskan melalui teori manajemen risiko. Teori manajemen risiko memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami hubungan antara risiko dan pendapatan agen BRILink. Dengan mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan risiko, agen dapat meningkatkan potensi pendapatan mereka secara signifikan. Pada teori *High Risk High Return* berarti semakin besar risiko yang diambil dalam sebuah usaha, semakin besar pula potensi keuntungan yang bisa didapatkan dengan catatan apabila manajemen risiko dapat dikelola dengan baik, baik dari agen BRILink maupun petugas BRI yang. Tetapi pada penelitian ini, berdasarkan hasil pra-survei agen BRILink mengatakan bahwa adapetugas yang kurang dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada agen BRILink. Sehingga pada penelitian ini tidak mengaplikasikan teori *High Risk High Return*. Dan pada hipotesis hubungan antara risiko dan pendapatan, penulis memberikan hipotesis risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan arah negatif. Risiko dalam konteks ini dapat mencakup berbagai faktor seperti risiko pasar, risiko operasional, dan risiko finansial. Ketika suatu usaha menghadapi risiko yang tinggi, hal ini dapat mengakibatkan ketidakpastian dalam pendapatan dan bahkan kerugian akibat menurunnya penghasilan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wildan Dzulfaqor & Abdul Moin, 2023) dengan hasil penelitian yang ditemukan adalah potensi pada penerapan teori manajemen resiko berpengaruh terhadap kualitas produktivitas agen BRILink. Dengan kata lain risiko berpengaruh terhadap pendapatan agen BRILink. Studi tersebut juga menunjukkan bahwa semakin besar risiko yang dihadapi akan berpengaruh pada penurunan pendapatan agen.

Berdasarkan hasil uji regresi pada tabel 16, koefisien regresi untuk lokasi adalah -1,63 dengan p- value sebesar 0,022. Karena koefisien regresi negatif dan nilai p- value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa risiko berpengaruh negatif secara signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Artinya, semakin tinggi risiko yang dihadapi oleh agen BRILink maka semakin berkurang pendapatan yang diperoleh agen. Hasil ini mengkonfirmasi hipotesis 3 (H3) penelitian bahwa risiko memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pendapatan agen BRILink sehingga hipotesis diterima.

Sebaliknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dengan arah negatif. Risiko dalam konteks ini dapat mencakup berbagai faktor seperti risiko pasar, risiko operasional, dan risiko finansial. Ketika suatu usaha menghadapi risiko yang tinggi, hal ini dapat mengakibatkan ketidakpastian dalam pendapatan dan bahkan kerugian akibat menurunnya penghasilan.

## **5. Simpulan, Saran dan Keterbatasan**

### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi, produk, dan risiko terhadap pendapatan agen BRILink. Berdasarkan pada analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan temuan-temuan penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan agen BRILink yang ada di Kabupaten Grobogan. Temuan tersebut adalah sebagai berikut: 1) Lokasi agen BRILink memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Ini berarti bahwa pemilihan lokasi yang strategis dapat meningkatkan jumlah transaksi dan pada akhirnya pendapatan agen ikut meningkat. 2) Produk yang ditawarkan oleh agen juga memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap pendapatan. Produk yang relevan dan berkualitas tinggi mampu menarik lebih banyak nasabah, yang berdampak pada peningkatan frekuensi transaksi sehingga pendapatan ikut meningkat. 3) Sebaliknya, faktor risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRILink. Adanya risiko pada proses pelayanan dapat mengurangi kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan agen BRILink sehingga pendapatan akan menurun.

### **5.2 Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu adanya kesulitan dalam memperoleh data dari agen BRILink, kesulitan itu berasal dari kurangnya pemahaman agen BRILink pada saat pengisian kuesioner mengenai tujuan pengisian tersebut, sehingga tidak jarang dari mereka yang enggan untuk mengisi kuesioner. Selain itu terdapat keterbatasan lain, yaitu keterbatasan dalam mencari jurnal terdahulu, penelitian ini juga menghadapi tantangan dalam mencari literatur atau jurnal terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Hal ini berpotensi mengurangi kekuatan argumentasi dan analisis yang disajikan dalam penelitian ini.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu pada bagian analisis regresi linier berganda. Pada variabel Lokasi ( $X_1$ ) memiliki koefisien positif yang menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel ini akan meningkatkan pendapatan, maka lakukan analisis mendalam mengenai lokasi usaha yang strategis. Pertimbangkan faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilitas, dan kedekatan dengan target pasar. Dan jika memungkinkan, lakukan relokasi usaha ke lokasi yang lebih potensial. Kemudian variabel Produk ( $X_2$ ) memiliki koefisien positif yang menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel ini akan meningkatkan pendapatan, saran untuk hasil regresi ini adalah lakukan riset pasar secara berkala untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Dan untuk variabel Risiko ( $X_3$ ) memiliki koefisien negatif yang menunjukkan bahwa penurunan variabel ini akan meningkatkan pendapatan. Sebaiknya lakukan identifikasi dan evaluasi semua potensi risiko yang dihadapi usaha, seperti risiko pasar, risiko keuangan, dan risiko operasional.

Selain saran dari hasil analisis regresi linier berganda, peneliti harus lebih terarah dalam memberikan pemahaman mengenai tujuan pengisian kuesioner dan disarankan untuk menunjukkan dokumen pendukung seperti surat ijin melakukan penelitian dari kantor BRI cabang daerah yang diteliti. Selain itu peneliti diharapkan agar mampu mengeksplor lebih dalam mengenai jurnal-jurnal yang relevan untuk literatur sebagai pendukung pada penelitian selanjutnya.