



Pengaruh Kinerja Keuangan dan Digitalisasi Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah BRILink : Studi Kasus pada Agen BRILink EN Mandiri

Dwi Wahyu Setyaningsih^{1*}, Aris Eddy Sarwono²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Email: dwi747454@gmail.com¹, aris_sarnur@yahoo.co.id²

Alamat: Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136

***Abstract.** This study aims to examine the effect of financial performance and digital security on customer satisfaction at BRILink EN Mandiri Agent. The research uses a quantitative survey method involving 100 respondents. Regression analysis shows that both financial performance and digital security have a significant and positive influence on customer satisfaction. These findings highlight the importance of improving digital security systems and financial management to enhance customer satisfaction and loyalty.*

***Keywords:** BRILink, customer satisfaction, digital security, financial performance*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan dan digitalisasi keamanan terhadap kepuasan nasabah pada Agen BRILink EN Mandiri. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya layanan keuangan yang aman dan efisien di era digital. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan digitalisasi keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan sistem keamanan digital dan pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Kata kunci: BRILink, digitalisasi keamanan, kinerja keuangan, kepuasan nasabah

LATAR BELAKANG

Received Maret 30, 2025; Revised April 30, 2025; Accepted Juni 27, 2025

* Dwi Wahyu Setyaningsih, dwi747454@gmail.com

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan, termasuk dalam penyediaan layanan perbankan kepada masyarakat. Salah satu bentuk inovasi yang turut mendorong inklusi keuangan di Indonesia adalah hadirnya layanan BRILink dari Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRILink merupakan perluasan layanan branchless banking yang memanfaatkan jaringan agen dari kalangan nasabah BRI untuk memberikan layanan transaksi perbankan secara *real time* dan *online*, khususnya di wilayah yang sulit dijangkau oleh kantor cabang perbankan. Agen BRILink menggunakan perangkat EDC dan ATM mini dengan sistem bagi hasil (*share fee*), yang tidak hanya memberikan kemudahan akses bagi nasabah, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi bagi para agen.

Seiring dengan berkembangnya penggunaan BRILink, muncul kebutuhan untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah kinerja keuangan agen. Agen yang memiliki kondisi keuangan yang baik lebih mampu melakukan investasi dalam layanan, seperti peningkatan infrastruktur, pelatihan, serta penggunaan teknologi yang lebih andal. Selain itu, digitalisasi keamanan juga menjadi aspek krusial mengingat tingginya volume transaksi online yang rawan terhadap risiko kebocoran data dan kejahatan siber.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pentingnya kinerja keuangan dan keamanan digital dalam sektor jasa keuangan. Suhardjo (2020) menekankan kontribusi BRILink dalam memperluas akses layanan keuangan. Harahap (2018) menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang kuat berdampak positif terhadap kualitas layanan. Sementara itu, Putra dan Prabowo (2021) menyoroti pentingnya perlindungan data dalam transaksi digital sebagai kunci menjaga kepercayaan nasabah. Namun, masih terbatas studi yang secara khusus mengkaji keterkaitan antara kinerja keuangan dan digitalisasi keamanan terhadap kepuasan nasabah pada agen BRILink, khususnya pada konteks mikro seperti agen BRILink EN Mandiri. Gap inilah yang menjadi dasar urgensi penelitian ini, mengingat pentingnya pemahaman mendalam terkait faktor-faktor penentu kepuasan pelanggan pada tingkat operasional agen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kinerja keuangan dan digitalisasi keamanan terhadap kepuasan nasabah pada agen BRILink EN Mandiri.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi pihak BRI dan agen BRILink dalam meningkatkan mutu pelayanan, memperkuat sistem keamanan digital, dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

1. Agency Teory

Agency teori adalah teori keagenan yang mendeskripsikan mengenai dua pelaku ekonomi yang saling berseberangan yaitu prinsipal dan agen. Hubungan keagenan ialah sebuah komitmen dimana satu orang atau lebih yang menginstruksikan kepada orang lain untuk melakukan jasa atas nama prinsipal dan memberikan wewenang pada agen pembuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Apabila nilai perusahaan sudah maksimum berarti pihak yang terlibat mempunyai tujuan yang sama, kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan, dengan itu agen akan yakin telah bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Konsep teori keagenan mengemukakan masalah keagenan yang dapat muncul antaranya ialah : tujuan ataupun keinginan prinsipal sebagai pemberi amanat dan agen yang menerima amanat terjadi konflik yang susah bagi prinsipal untuk mengawasi serta melihat kegiatan yang dikerjakan oleh agen dalam menjalankan perusahaan.

2. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah Kinerja keuangan merupakan suatu bentuk evaluasi berdasarkan prinsip kegunaan dan efisiensi penggunaan anggaran keuangan. Dengan bantuan hasil keuangan, perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Kinerja keuangan juga berguna bagi investor atau pihak eksternal yang menanamkan modalnya pada perusahaan. Menurut Kurniasari (2014:12), Kinerja Keuangan adalah hasil kerja yang dicapai dalam bidang keuangan perusahaan, yang tercermin dalam laporan keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat dievaluasi dengan menggunakan alat analisis. Sedangkan menurut IAI (2015:69), kinerja keuangan mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mengendalikan dan mengelola

sumber daya yang dimilikinya. Kinerja keuangan diukur dengan menganalisis dan mengevaluasi laporan keuangan, informasi status keuangan dan kinerja keuangan, serta kinerja masa depan dengan menghitung rasio keuangan yang menggabungkan informasi keuangan, yaitu neraca dan laporan laba rugi. Indikator keuangan kemudian dibandingkan dengan benchmark yang ada. Analisis laporan keuangan digunakan manajemen untuk merencanakan dan mengevaluasi pencapaian atau kinerja perusahaan. Indikator keuangan berguna bagi pemberi pinjaman dalam mengevaluasi kemungkinan risiko yang timbul dalam kelangsungan pengelolaan modal pinjaman dan pembayaran bunga, dan juga sangat berguna bagi investor dalam mengevaluasi nilai saham yang ditanamkan pada perusahaan dan keamanan saham tersebut.

3. Digitalisasi Keamanan

Digitalisasi adalah proses transformasi aktivitas dan data ke dalam format digital dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan aksesibilitas informasi. Menurut Tapscott (1996), digitalisasi merupakan proses konversi informasi menjadi format digital, yang dapat diproses dan disebarluaskan secara elektronik. Digitalisasi tidak hanya mencakup pemindahan data ke dalam sistem komputer, tetapi juga menciptakan cara baru dalam melakukan bisnis dan pelayanan publik melalui teknologi digital (Tapscott, 1996). Keamanan informasi adalah perlindungan terhadap informasi agar tetap aman dari akses yang tidak sah, serta menjaga kerahasiaan, integritas, dan ketersediaannya (ISO/IEC 27001:2013). Ketiga komponen utama tersebut dikenal sebagai CIA Triad:

1. Confidentiality (Kerahasiaan): Menjamin informasi hanya diakses oleh pihak yang memiliki wewenang.
2. Integrity (Integritas): Menjamin bahwa informasi tidak dimodifikasi tanpa izin.
3. Availability (Ketersediaan): Menjamin informasi tersedia saat dibutuhkan.

Digitalisasi keamanan adalah integrasi teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas sistem keamanan, termasuk dalam konteks siber maupun fisik. Dalam layanan keuangan seperti BRILink, digitalisasi keamanan mencakup: otentikasi dua faktor (*Two-Factor Authentication*), enkripsi data transaksi dan penggunaan aplikasi mobile banking yang aman

Agen BRILink E.N Mandiri berperan penting dalam menjaga keamanan transaksi digital. Sebagai mitra bank, Agen BRILink E.N Mandiri harus memastikan sistem operasional yang aman, menjaga kerahasiaan nasabah, dan melakukan edukasi digital kepada masyarakat. Menurut Sugiyanto (2020), kualitas layanan agen sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan keamanan pengguna layanan keuangan berbasis digital.

4. Kepuasan Nasabah

Faktor terpenting dalam kelangsungan hidup bisnis bergantung pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah proses evaluasi yang berlangsung secara terus menerus, dimana persepsi terhadap jasa dan produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pembeli. Jika pelanggan puas, mereka akan melakukan transaksi secara teratur dengan jasa yang dipilih, sehingga mengarah pada peningkatan keuntungan. Namun, jika pelanggan tidak puas hal ini akan mengakibatkan penurunan laba penyedia jasa dan potensi kehilangan pelanggan ke pesaing dalam (Sugiarti, 2019).

Kepuasan nasabah adalah perbandingan antara ekspektasi yang dimiliki nasabah dengan pengalaman nyata yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa. Menurut Anderson, Fornell, dan Lehmann dalam penelitian Simanihuruk (2018) menyimpulkan bahwa ketika nasabah merasa puas dengan produk atau kualitas layanan yang diterima, hal ini cenderung memicu loyalitas pelanggan yang mengakibatkan meningkatnya minat beli dan mendorong penggunaan ulang (repurchase). Nasabah yang merasa puas disebut nasabah tetap (retained customers) sedangkan nasabah yang tidak puas dianggap sebagai nasabah yang hilang (lost customers). Nasabah tetap (retained customers) memiliki peran penting dalam situasi persaingan bisnis khususnya dalam pencapaian performa bisnis yang tinggi (Simanihuruk, 2018).

Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sangat sulit didapatkan jika perusahaan jasa atau industri tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan pelanggan. Untuk produk dan layanan yang kualitas sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda bagi pelanggan yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan produk atau jasa yang

diberikan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Intan & lucky, 2022).

Dengan demikian, kepuasan adalah respon emosional pelanggan setelah menikmati pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan. Sebaliknya, loyalitas mengacu pada keputusan sukarela pelanggan untuk terus mengkonsumsi produk atau jasa perusahaan selama periode tertentu (Imbari, 2016). Dari pengalaman yang mereka alami, nasabah cenderung membentuk harapan tertentu. Harapan ini akan memengaruhi cara nasabah membandingkan produk dengan pesaing berdasarkan pengalaman mereka. Sehingga akan berdampak langsung pada cara nasabah melihat dan menilai jasa/produk pesaing (Simanihuruk, 2018).

Menurut Zeithaml dan Bitner pada Ismail (2014) bahwa Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor manusia. Kualitas layanan yang tinggi, memiliki pengaruh penting terhadap perilaku konsumen, termasuk kesetiaan merek, kesediaan untuk membayar harga premium, dan resistensi terhadap pesaing. Menyediakan layanan berkualitas tinggi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan.

Menurut Irwan dalam Intan & lucky (2022), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi indikator kepuasan pelanggan atau nasabah, termasuk:

1. Perasaan puas yang mencakup ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk, yaitu kemauan pelanggan untuk terus menggunakan dan membeli suatu produk jika produk tersebut mencapai harapan mereka.
3. Kemampuan merekomendasikan kepada orang lain, yang mengindikasikan bahwa pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain dan menjadi pelanggan baru bagi perusahaan.
4. Pemenuhan harapan pelanggan setelah pembelian produk, mengacu pada sejauh mana kualitas suatu produk atau layanan sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan setelah proses pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data mentah yang diambil secara langsung di lapangan, sehingga data tersebut belum diolah dalam bentuk dokumen. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah ada yaitu, buku, website dan jurnal. Objek penelitian ini adalah Agen BRILink EN Mandiri Kebakkramat. Sumber data diperoleh melalui kuisioner yang telah disebar secara *offline* maupun *online*. Populasi penelitian ini nasabah Agen BRILink wilayah Kebakkramat dengan jumlah populasi yang tidak terbatas sehingga tidak diketahui. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Agen BRILink di wilayah Kebakkramat dan memiliki pengalaman menggunakan layanan Agen BRILink minimal 1 kali. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran sebab jumlah populasi yang terlalu besar dan tidak diketahui (Sugiyono, 2019).

$$n = \frac{Z^2 p q}{e^2}$$

keterangan :

- n = Jumlah sampel yang diperlukan
- z = Harga kurve normal untuk simpangan 5% (1,96)
- p = Proporsi apabila peluang benar 50% (0,5)
- q = 1 – p
- e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10%=0.1, dari tingkat kepercayaan 90%

Dengan perhitungan sampel tersebut, Maka diperoleh sampel minimal sebesar :

$$n = \frac{Z^2 p (1 - p)}{e^2}$$

$$= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

= 96,04 orang

Jumlah sampel minimal adalah 96 responden, namun penelitian ini mengambil sampel 100 responden untuk meminimalisir resiko kesalahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	1,877	1,137		1,650	,102
	Kinerja Keuangan (X1)	,331	,076	,339	4,382	,000
	Digitalisasi Keamanan (X2)	,566	,080	,548	7,096	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,877 + 0,331 X_1 + 0,566 X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi sebagai berikut :

$a = 1,877$ (positif) artinya jika kinerja keuangan (X_1) dan digitalisasi keamanan (X_2 konstan maka kepuasan konsumen (Y) adalah positif.

$b_1 = 0,331$ (pengaruh positif) kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya jika kinerja keuangan meningkat maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel digitalisasi keamanan (X_2) konstan atau tetap.

$b_2 = 0,566$ (pengaruh positif) digitalisasi keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya jika digitalisasi keamanan meningkat maka

kepuasan nasabah (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel kinerja keuangan (X₁) konstan atau tetap.

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	386,407	2	193,204	89,505	,000 ^b
	Residual	209,383	97	2,159		
	Total	595,790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Digitalisasi Keamanan (X₂), Kinerja Keuangan (X₁)

1. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Digitalisasi Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Agen BRILink E.N Mandiri

Tabel diatas menunjukkan hasil uji F, bahwa model regresi ini memiliki F hitung 89,505 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat dalam memprediksi pengaruh kinerja keuangan (X₁) dan digitalisasi keamanan (X₂) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,877	1,137		1,650	,102
	Kinerja Keuangan (X ₁)	,331	,076	,339	4,382	,000
	Digitalisasi Keamanan (X ₂)	,566	,080	,548	7,096	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

2. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Kepuasan Nasabah Agen BRILink EN Mandiri

Hasil uji t pengaruh variabel kinerja keuangan terhadap variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai *p-value* (signifikansi) = $0,000 < 0,05$, maka H₀ ditolak dan H_a

diterima, artinya kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis yang menyatakan bahwa “kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terbukti kebenarannya”.

3. Pengaruh Digitalisasi Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Agen BRILink EN Mandiri

Hasil uji t pengaruh variabel digitalisasi keamanan terhadap variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai p-value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya digitalisasi keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis yang menyatakan bahwa “digitalisasi keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terbukti kebenarannya”.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan dan digitalisasi keamanan secara parsial maupun simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada agen BRILink EN Mandiri. Kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan agen dalam memberikan layanan yang optimal, sementara penerapan digitalisasi keamanan yang efektif meningkatkan rasa aman nasabah dalam bertransaksi. Kedua variabel ini memberikan kontribusi sebesar 64,1% terhadap kepuasan nasabah, yang menunjukkan bahwa peningkatan dalam aspek keuangan dan keamanan digital mampu memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan. Namun, perlu disadari bahwa terdapat 35,9% variabel lain di luar model yang juga memengaruhi kepuasan nasabah dan belum diungkap dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti kualitas layanan, kemudahan akses, serta interaksi agen dengan nasabah guna memperoleh

pemahaman yang lebih komprehensif. Pihak BRILink juga disarankan untuk terus mengembangkan kapasitas agen baik dari sisi manajemen keuangan maupun penguatan sistem keamanan digital sebagai upaya strategis dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah di era digital yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, S. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Kualitas Layanan pada Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(3), 45-60.
- IAI. (2015). *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Intan, & Lucky. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 123-135.
- Kurniasari, D. (2014). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Putra, A., & Prabowo, R. (2021). Perlindungan Data dalam Transaksi Digital: Kunci Menjaga Kepercayaan Nasabah. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(1), 78-90.
- Sugiyanto, S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Agen terhadap Kepercayaan dan Keamanan Pengguna Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 56-70.
- Suhardjo, J. (2020). Kontribusi BRILink dalam Memperluas Akses Layanan Keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 14(4), 102-115.
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2014). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.