

Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Rangka Peningkatan Promosi Pada Usaha Arvin BRILink

Putri Azizi¹, Mardhatila Fitri Sopali²

¹²Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email Author: putriazizi@upiypk.ac.id¹*, mardhatila@upiypk.ac.id².

Abstrak

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,
Kepuasan Pelanggan,
Promosi

Arvin BRILink merupakan sebuah unit usaha anak dari BRILink yang merupakan perpanjangan tangan BRI dalam memperluas layanan perbankan BRI dengan konsep Branchless Banking, yang berlokasi di daerah Baruang baruang baralantai di daerah Pesisir Selatan. Layanan ArvinBRILink dilakukan dengan bekerja sama dengan nasabah BRI yang dijadikan Agen BRI yang dinamakan Agen BRILink dengan menggunakan media fitur EDC mini ATM BRI (EDC BRILink) atau dengan menggunakan Smart Phone minimal OS 4.4 (BRILink Mobile). Layanan Arvin BRILink dapat menjangkau masyarakat diberbagai pelosok daerah untuk mendapatkan layanan perbankan secara real time on line tanpa harus datang ke unit kerja BRI dan mengantri di Teller. adapun manfaat dari PKM ini adalah untuk meningkatkan Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan promosi bagi usaha Arvin Brilink ini, kualitas pelayanan yang baik harus selalu di berikan oleh agen agar tercipta nya hubungan baik antara pelanggan dan agen. Jika Agen memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan sopan, maka pelanggan akan merasa senang terhadap kualitas pelayan dan tercipta lah kepuasan pelanggan. Jika kepuasana pelanggan sudah tercipta maka akan meningkatkan promosi bagi masyarakat.

Abstrack

Key Word:

Service Quality,
Customer Satisfaction,
Promotion

Arvin BRILink is a subsidiary of BRILink which is an extension of BRI in expanding BRI banking services with the Branchless Banking concept, located in the Baruang Baruang Baralantai area in the Pesisir Selatan area. ArvinBRILink services are carried out in collaboration with BRI customers who are made BRI Agents called BRILink Agents by using the BRI EDC mini ATM feature media (EDC BRILink) or by using a Smartphone with a minimum OS 4.4 (BRILink Mobile). Arvin BRILink services can reach people in various remote areas to get banking services in real time online without having to come to the BRI work unit and queue at the Teller. The benefits of this PKM are to improve the quality of service, customer satisfaction and promotion for this Arvin Brilink business, good quality service must always be provided by agents in order to create a good relationship between customers and agents. If the Agent provides good, friendly, and polite service, then customers will be happy with the quality of service and customer satisfaction is created. If customer satisfaction has been created, it will increase promotion for the community.

Copyright © 2025 Putri Azizi¹, Mardhatila Fitri Sopali²

This work is licensed under a [Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah faktor yang paling penting bagi perkembangan bisnis. Sebab pelanggan yang puas cenderung akan kembali melakukan repeat order atau merekomendasikannya ke orang lain. Sayangnya, sebagian pebisnis bingung bagaimana cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk dan layanan. Selain faktor-faktor tersebut, masih banyak cara meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah usaha yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan, persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Kasmir (2017, hlm. 47) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan pelanggan terpenuhi.

Secara umum, pada Arvin BRILink kualitas layanan berarti wujud, bentuk, atau kenyataan yang diberikan dari suatu konsep yang diinginkan. Dengan demikian, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai perwujudan atau pelayanan yang diberikan. Perwujudan ini berarti memerlukan fitur dan keadaan spesifik yang harus dipenuhi guna mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler & Keller bahwa kualitas pelayanan adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Tentunya perwujudan pelayanan itu juga haruslah disajikan dengan sebaik mungkin yang erat kaitannya dengan penjaminan mutu atau baik-buruknya kualitas yang disajikan. Seperti yang diungkapkan oleh Abubakar bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Pada usaha Arvin BRILink terdapat bermacam faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Terkait hal tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di Arvin BRILink adalah sebagai berikut. Jumlah tenaga kerja; banyaknya tenaga kerja yang ada pada Arvin BRILink. Kualitas tenaga kerja pada Arvin BRILink; meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan. Kepemimpinan; proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan. Budaya organisasi; sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, layout gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya. Arvin BRILink bisa memanfaatkan faktor peningkatan kualitas pelayanan pengunjung dan pelanggan dengan beberapa prinsipnya.

Bisnis Arvin BRILink ini penting meningkatkan kepuasan pelanggan karena membantu mereka memecahkan masalah, mencegah churn, dan mengidentifikasi pelanggan yang bahagia. Hal ini adalah langkah penting dalam proses membangun loyalitas pelanggan, menciptakan kepuasan pelanggan, dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang positif pada Arvin BRILink. Jika Arvin BRILink tidak mengukur kepuasan pelanggan, Pengusaha Arvin BRILink tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang tidak puas yang dapat meninggalkan atau memberikan ulasan negatif kepada pelanggan. Arvin BRILink juga tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang puas yang dapat Arvin BRILink aktifkan sebagai perujuk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan Arvin BRILink untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan survei kepada pelanggan dan Usaha BRILink yang sama, apakah strategi yang dilakukan oleh Arvin BRILink mendapatkan hasil atau tidak, dan melakukan survei kepada usaha sejenis dengan membandingkan bagaimana pelayanan yang dilakukan apakah sama atau tidak. Survei tersebut bisa jadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan pada Arvin BRILink. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan berbasis studi kasus dan kajian literatur guna memperoleh pemahaman yang komprehensif serta kontekstual terhadap fenomena yang dikaji. Studi kasus difokuskan pada unit usaha Arvin BRILink, yang berlokasi di Jalan Baruang-baruang, Balantai, Kabupaten Pesisir Selatan, sebagai representasi dari agen layanan keuangan digital di wilayah rural. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansi operasional Arvin BRILink dalam mendukung inklusi keuangan serta keterlibatannya sebagai mitra strategis dalam layanan perbankan berbasis komunitas.

Jenis data yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung di lapangan yang dilakukan setelah kegiatan sosialisasi program PKM, serta melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha Arvin BRILink. Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi empiris mengenai operasional, tantangan, serta persepsi pelaku usaha terhadap efektivitas layanan dan potensi pengembangannya. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai literatur ilmiah, artikel jurnal, serta buku-buku akademik yang relevan

dengan tema pengabdian, khususnya terkait pengelolaan usaha kecil, literasi keuangan, dan pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi nyata di lapangan, dikaitkan dengan kerangka teori yang telah ada. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menafsirkan data secara holistik, mengidentifikasi pola-pola penting, serta memberikan rekomendasi yang bersifat aplikatif dan berbasis kebutuhan nyata. Dengan demikian, hasil dari kegiatan PKM ini tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat menjadi dasar untuk formulasi intervensi berkelanjutan yang mendukung penguatan kapasitas usaha mikro melalui sinergi akademik dan praktik di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Produk yang dipasarkan adalah: Layanan BRILink yaitu perbankan secara real time on line tanpa harus datang ke unit kerja BRI dan mengantri di Teller. Melalui agen BRILink masyarakat dapat melakukan transaksi transfer, tarik tunai, setor tunai, pembayaran berbagai tagihan seperti PLN, Telepon, PDAM, BPJS, pembayaran cicilan kredit kendaraan dan beberapa layanan perbankan lainnya.

Ada beberapa Aspek Pasar yang perlu diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik, Arvin BRILink harus menerapkan prinsip-prinsip tertentu untuk mewujudkannya. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Tjiptono & Chandra, (2016) terdapat ada enam prinsip pokok dalam mewujudkan kualitas pelayanan baik yang di antaranya adalah sebagai berikut.

1. **Kepemimpinan**
Strategi kualitas Arvin BRILink harus inisiatif dan komitmen meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
2. **Pendidikan**
Semua personil Arvin BRILink dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3. **Perencanaan**
Proses perencanaan strategi Arvin BRILink harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4. **Review**
Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi Arvin BRILink untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
5. **Komunikasi**
Implementasi strategi kualitas dalam organisasi Arvin BRILink dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
6. **Penghargaan dan pengakuan**
Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas pada Arvin BRILink. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi Arvin BRILink dan bagi pelanggan yang dilayani.

Pada usaha Arvin BRILink terdapat bermacam faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Terkait hal tersebut, menurut Kasmir (2017, hlm. 6-7) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di adalah sebagai berikut. Jumlah tenaga kerja; banyaknya tenaga kerja yang ada pada Arvin BRILink. Kualitas tenaga kerja pada Arvin BRILink; meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Motivasi karyawan; suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan. Kepemimpinan; proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan

kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan. Budaya organisasi; sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain. Kesejahteraan karyawan; pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan. Lingkungan kerja dan faktor lainnya meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, layout gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya. Arvin BRILink bisa memanfaatkan faktor peningkatan kualitas pelayanan pengunjung dan pelanggan dengan beberapa prinsipnya.

Bisnis Arvin BRILink ini penting meningkatkan kepuasan pelanggan karena membantu mereka memecahkan masalah, mencegah churn, dan mengidentifikasi pelanggan yang bahagia. Hal ini adalah langkah penting dalam proses membangun loyalitas pelanggan, menciptakan kepuasan pelanggan, dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang positif pada Arvin BRILink. Jika Arvin BRILink tidak mengukur kepuasan pelanggan, Pengusaha Arvin BRILink tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang tidak puas yang dapat meninggalkan atau memberikan ulasan negatif kepada pelanggan. Arvin BRILink juga tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang puas yang dapat Arvin BRILink aktifkan sebagai perujuk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan Arvin BRILink untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan survei kepada pelanggan dan Usaha BRILink yang sama, apakah strategi yang dilakukan oleh Arvin BRILink mendapatkan hasil atau tidak, dan melakukan survei kepada usaha sejenis dengan membandingkan bagaimana pelayanan yang dilakukan apakah sama atau tidak. Survei tersebut bisa jadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan pada Arvin BRILink. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis.

KESIMPULAN

Bisnis Arvin BRILink ini penting meningkatkan kepuasan pelanggan karena membantu mereka memecahkan masalah, mencegah churn, dan mengidentifikasi pelanggan yang bahagia. Hal ini adalah langkah penting dalam proses membangun loyalitas pelanggan, menciptakan kepuasan pelanggan, dan menghasilkan promosi dari mulut ke mulut yang positif pada Arvin BRILink. Jika Arvin BRILink tidak mengukur kepuasan pelanggan, Pengusaha Arvin BRILink tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang tidak puas yang dapat meninggalkan atau memberikan ulasan negatif kepada pelanggan. Arvin BRILink juga tidak dapat mengidentifikasi pelanggan yang puas yang dapat Arvin BRILink aktifkan sebagai perujuk. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan Arvin BRILink untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan survei kepada pelanggan dan Usaha BRILink yang sama, apakah strategi yang dilakukan oleh Arvin BRILink mendapatkan hasil atau tidak, dan melakukan survei kepada usaha sejenis dengan membandingkan bagaimana pelayanan yang dilakukan apakah sama atau tidak. Survei tersebut bisa jadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan pada Arvin BRILink. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis. Promosi adalah suatu kegiatan wajib yang dilakukan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk agar lebih dikenal oleh banyak orang. Maka dari itu, promosi adalah hal yang sangat vital dalam melakukan pemasaran produk dalam berbisnis.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, N.M. (2018). Administrasi publik untuk pelayanan publik. Bandung: Alfabeta.
- Ardane, N., Wijaya, N.S.W., Dewi, L.G.L.K. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kualitas pelayanan pada scoot fast cruises di bali. Jurnal IPTA, 5(1), 1-13.
- Gronroos, Christian. (2011). Services Management and Marketing: managing the moments of truth in service competition. Hoboken: Wiley.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Phillip. & Keller, Kevin Lane. (2016). Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Indeks.

- Mukarom, Zaenal & Laksana, M.W. (2018). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. Yogyakarta: Penerbit ANDI.