

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Bank

Bank biasanya memiliki perantara keuangan yang memiliki hak untuk menerima setoran, meminjamkan uang, dan menerbitkan uang kertas (disebut uang kertas). Kata bank berasal dari *banca* Italia, yang berarti tempat di mana mata uang dapat ditukar.

Pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2014).

2.2 Fungsi dan Tujuan Bank

2.2.1 Fungsi Jasa Perbankan

Secara garis besar, fungsi bank adalah fungsi bank untuk mengumpulkan dana publik dan mengarahkannya kembali ke publik untuk berbagai keperluan, biasanya disebut fungsi intermediasi keuangan.

Selain memiliki fungsi secara garis besar atau secara umum, bank juga memiliki fungsi secara spesifik, yaitu :

1. Agent of Trust

Agent of trust yang artinya pembawa kepercayaan, dianggap sebagai institusi yang mengandalkan kepercayaan sebagai kunci dan dasar utama kegiatan perbankan. Kepercayaan ini mencakup semua kegiatan operasional yang melibatkan masyarakat sebagai manfaat pelanggan.

Jenis kepercayaan ini muncul dalam bentuk kepercayaan publik, yang mempercayakan dana kepada bank yang dapat menarik dana kapan saja tanpa masalah, tanpa khawatir akan kebangkrutan, dll., Sehingga pelanggan dapat menarik dana kapan saja dan di mana saja.

Untuk menumbuhkan minat pelanggan potensial untuk menabung di bank yang relevan, beberapa bank juga menerapkan distribusi pendapatan kepada pelanggan. Bentuk pembayaran adalah bunga, hadiah untuk pembagian keuntungan, layanan, dll. Kemudian, semakin tinggi remunerasi yang diberikan oleh bank, semakin besar peluang bagi pelanggan untuk menyimpan dana ke bank.

2. Agent of Development

Bank disebut sebagai agent development karena mereka dapat memberikan kegiatan yang memungkinkan orang untuk berinvestasi, mendistribusikan, mengkonsumsi atau menggunakan mata uang

sebagai media mereka. Semua layanan perbankan ini pasti akan mempengaruhi perkembangan ekonomi masyarakat.

Dapat dilihat bahwa sektor fisik dan sektor mata uang adalah dua sektor yang saling berinteraksi. Jika satu departemen tidak baik, maka ini juga akan mempengaruhi yang lain.

3. Agent of Service

Dalam hal ini, bank menyediakan berbagai layanan keuangan kepada publik, seperti layanan penyimpanan dana, layanan pinjaman, dll. Bank itu sendiri juga merupakan penggalangan dana publik dan juga menghadapi masyarakat, sehingga layanan yang disediakan oleh bank terkait erat dengan kegiatan ekonomi masyarakat.

2.2.2 Tujuan Jasa Perbankan

Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 1998, secara garis besar tujuan perbankan Indonesia adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat. Dari tujuan tersebut maka Bank – Bank di Indonesia harus menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik dan didasarkan atas asas demokrasi ekonomi.

2.3 Klasifikasi Jenis Bank

``Klasifikasi bank menurut Kasmir (2014) dibagi atas beberapa jenis :

2.3.1 Jenis Bank Menurut Keegiatannya

Jenis bank menurut kegiatannya dapat dibagi menjadi dua jenis menurut UU No. 7 Tahun 1992 antara lain :

- 1. Bank Umum**

Bank komersial mengacu pada bank yang melakukan kegiatan bisnis sesuai dengan hukum Islam dan menyediakan layanan pembayaran dalam kegiatannya.

- 2. Bank Perkreditan Rakyat**

Bank Umumnya, bank yang melakukan kegiatan komersial sesuai dengan ajaran Islam tidak menyediakan layanan dalam layanan pembayaran.

2.3.2 Jenis Bank Menurut Kepemilikan

Bank menurut kepemilikan dapat dilihat dari kepemilikan saham dan akta pendirian bank. Bank-bank dapat dibagi antara lain:

- 1. Bank Milik Pemerintah**

Bank-bank milik negara mengacu pada perusahaan milik negara yang kontrak pendirian dan modal banknya sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah, oleh karena itu keuntungannya dimiliki oleh pemerintah.

- 2. Bank Milik Pemerintah Daerah**

Bank milik pemerintah daerah adalah jenis bank tertentu, dan pemiliknya adalah pemerintah daerah di daerah tertentu.

- 3. Bank Milik Swasta Nasional**

Bank milik negara adalah jenis bank, karena akta yang dibuatnya dijalankan oleh pihak swasta, itu milik pribadi atau sebagian dimiliki oleh negara.

4. Bank Milik Asing

Merupakan jenis bank asing swasta atau pemerintah asing yang beroperasi di Indonesia. Bank tersebut biasanya cabang asing dari bank induknya.

5. Bank Milik Campuran

Adalah jenis bank yang sahamnya sebagian besar dimiliki oleh lembaga swasta negara dan sisanya dimiliki oleh orang asing.

2.3.3 Jenis Bank Menurut Statusnya

1. Bank Devisa

Adalah bank yang dapat melakukan transaksi di luar negeri atau terkait dengan mata uang asing secara keseluruhan.

2. Bank Non Devisa

Adalah bank yang belum mendapatkan izin untuk melakukan kegiatan perdagangan, seperti bank valuta asing. Oleh karena itu, bank non-valuta asing hanya melakukan kegiatan perdagangan dalam batas negara.

2.3.4 Jenis Bank Menurut Prinsip Operasinya

Bank menurut prinsip operasinya terbagi atas dua antara lain:

1. Bank Berdasarkan Prinsip Konvensional

Bank konvensional mengacu pada bank yang menjalankan bisnis dengan cara konvensional dan didasarkan pada bank komersial konvensional dan bank kredit pedesaan.

2. Bank Berdasarkan Prinsip Syariah

Memberikan layanan keuangan kepada semua komunitas yang melakukan kegiatan sesuai dengan etika dan prinsip Islam. Bank Syariah menyediakan dan mengenakan kompensasi sesuai dengan prinsip pembelian dan pembagian keuntungan Syariah dalam operasinya

2.4 Pengertian Tabungan

Menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan /atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Atau tabungan merupakan suatu simpanan yang berupa uang dari pihak ke tiga perorangan atau suatu badan usaha pada Bank. Setoran ini dapat ditarik kapan saja, terutama untuk bank yang sudah memiliki ATM atau mesin teller otomatis untuk menarik dana secara mandiri.

Ada beberapa cara untuk menarik deposito, tergantung pada persyaratan masing-masing bank, alat tersebut adalah :

1. Buku Tabungan
2. Slip Penarikan
3. Kartu yang dibuat dari plastik (Kartu ATM)

2.5 Jenis Tabungan

Menurut Kasmir (2014) dalam perbankan di Indonesia ini terdapat beberapa jenis-jenis tabungan. Perbedaan jenis tabungan ini hanya terletak pada fasilitas yang diberikan kepada si penabung. Dengan demikian, nasabah mempunyai banyak pilihan jenis-jenis dimaksud adalah:

1. Tabanas

Tabanas adalah bentuk tabungan yang tidak tunduk pada batas waktu setoran dan penarikan. Tabanas adalah bentuk simpanan gratis pada prinsipnya. Ada beberapa jenis tabungan tabanas, yaitu :

1. Tabanas Umum

Yaitu penghematan berlaku untuk individu yang semata-mata dilakukan oleh pelanggan yang relevan.

2. Tabanas Pemuda, Pelajar, dan Pramuka

Yaitu tabanas khusus yang dikembangkan bersama oleh organisasi pemuda, sekolah, dan pasukan pramuka.

3. Tabungan Pegawai

Yaitu tabungan khusus para pegawai atau dengan kata lain, penghematan khusus karyawan dari semua aspek lingkungan di departemen, lembaga, lembaga pemerintah, dan sektor swasta disimpan secara kolektif.

2. Taska

Yaitu, tabungan yang berkaitan dengan asuransi jiwa, yang pertama kali ditetapkan pada tahun 1971. Dalam jenis tabungan ini, pelanggan diharuskan untuk menabung dalam periode tertentu, dan

jumlah tabungan di setiap periode ditentukan sebagai batas tabungan minimum.

3. Tabungan Lainnya

Yaitu tabungan selain tabungan tabanas dan taska. Tabungan ini selain menghemat sistem dan tugas kerja, ia juga menghemat biaya. Tabungan ini dikeluarkan oleh masing-masing bank sesuai dengan peraturan BI. Dibimbing oleh masing-masing bank untuk membuat tabungan semenarik mungkin sehingga pelanggan bank tertarik untuk menyimpan di bank.

2.6 Tujuan Tabungan

Tabungan mempunyai tujuan, antara lain:

1. Memikat masyarakat agar berminat untuk mejadi nasabah bank dan mempercayakan dananya kepada bank untuk dikelola.
2. Meningkatkan pelayanan kepada setiap nasabah bank dengan fasilitas transaksi yang sering dilakukan seperti penarikan, penyetoran dan lain-lain.
3. Sebagai alat untuk memudahkan transaksi bisnis atau usaha individu.
4. Penyisihan sebagian hasil pendapatan nasabah untuk dikumpulkan sebagai cadangan hari depan.

2.7 Perhitungan Suku Bunga Tabungan

Secara garis besar, terdapat tiga metode perhitungan bunga yang diterapkan oleh bank pada tabungan nasabahnya yaitu :

1. Perhitungan Bunga Berdasarkan Saldo Terendah

$$\text{Bunga} : (1\% \times \text{hari bunga} \times \text{nominal (saldo terendah)}) / 365$$

2. Perhitungan Bunga Berdasarkan Saldo Rata-Rata

$$\text{Bunga} : (1\% \times \text{hari bunga} \times \text{nominal (saldo harian rata-rata)}) / 365$$

3. Perhitungan Bunga Berdasarkan Saldo Harian

$$\text{Bunga} : (1\% \times \text{hari bunga} \times \text{nominal (saldo harian)}) / 365$$

2.8 Teori Pemasaran Dalam Perbankan

Menurut Wahjono (2010) pada dasarnya manajemen pemasaran adalah “proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga promosi dan distribusi dan barang-barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.” Hal ini berarti bahwa memperkenalkan produk kepada masyarakat luas dalam manajemen pemasaran adalah kegiatan untuk menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi barang, jasa, dan gagasan, dengan tujuan utama untuk memuaskan semua pihak yang terlibat, terutama kepuasan pelanggan.

Jika teori pengiriman dan pemasaran perbankan merupakan proses pemasaran yang terintegrasi, maka akan memberikan prioritas kepada pihak-pihak terkait, terutama kepuasan pelanggan.

Menurut Kasmir (2012:194) pengertian manajemen pemasaran bank adalah “suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabah.” Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan (giro, tabungan, dan deposito), pinjaman (kredit) atau jasa-jasa bank lainnya.

Menurut Sentot Imam Wahjono (2010:2) pada dasarnya manajemen pemasaran bank adalah “proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.” Hal ini berarti dalam manajemen pemasaran tercakup serangkaian kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan atas barang, jasa dan gagasan dengan tujuan utama kepuasan pihak-pihak yang terlibat.

Jika disimpulkan teori pemasaran dan perbankan merupakan suatu kesatuan proses pemasaran yang lebih mengutamakan pihak yang terlibat terutama kepuasan nasabah.

Konsep pemasaran berdiri di atas empat pilar: pasar sasaran (target market), kebutuhan pelanggan (consumers needs), pemasaran terpadu (integrated marketing), dan kemampuan menghasilkan laba (profitability).

2.8.1 Strategi Pemasaran Bank

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut” Tjiptono (2015).

Ada lima konsep strategi pemasaran, dimana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan yaitu:

1. Konsep Produksi

Konsep ini merupakan salah satu konsep yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan pada volume produksi yang sebesar-besarnya dengan harga yang serendah-rendahnya.

2. Konsep Produk

Konsep produk merupakan konsep yang menekankan pada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik. Konsep ini meyakini bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Sehingga konsep ini menimbulkan adanya Marketing Nyopia (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran).

3. Konsep penjualan

Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia atau kapling-kapling pemakaman, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik.

4. Konsep Pemasaran

Konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

5. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan masyarakat.

