

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank

2.1.1 Definisi Bank

Menurut OJK (2017) Undang-Undang N0. 7 Tahun 1992 yang diubah menjadi Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 menjelaskan bahwa :

“ Bank adalah perusahaan yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. ”

Menurut Dr. Kasmir (2014, p. 24) menjelaskan bahwa :

“ Bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun uang dari pihak ketiga dalam bentuk simpanan, yang kemudian diserahkan kepada masyarakat dengan sistem pembayaran installment atau dalam bentuk pinjaman dan bentuk bentuk produk maupun layanan lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. ”

Dari kedua pengertian tersebut, bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang menghimpun uang atau bertindak sebagai perantara keuangan bagi masyarakat dan memberikan pinjaman dalam bentuk kredit untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank merupakan badan usaha yang dipercaya masyarakat untuk melindungi asetnya. Bank juga memberikan pinjaman kepada orang yang membutuhkan uang baik untuk modal usaha maupun keuangan, dengan syarat membayar bunga dan mengikuti aturan yang ditetapkan atau disepakati oleh bank.

2.1.2 Fungsi dan Tujuan Bank

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun (1992) tentang perbankan pasal 3 dan 4 menjelaskan bahwa :

“Fungsi Bank Umum adalah menghimpun dan penyalur dana masyarakat.”

“Tujuan Bank Umum adalah untuk mendukung terwujudnya pembangunan dengan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat.”

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi dan tujuan bank adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian di Indonesia serta menjaga stabilitas perekonomian agar tetap stabil.

Adapun beberapa fungsi bank seperti yang dijelaskan diatas, yaitu:

a. Menghimpun dana dari masyarakat

Bank mengumpulkan uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Untuk itu masyarakat akan menitipkan uangnya kepada bank dengan jaminan keamanan yang diberikan oleh bank. Selain dari aspek keamanan, tujuan masyarakat menyimpan uang di bank adalah untuk investasi karena bank akan memberikan keuntungan berupa pengembalian (*return*) atau bunga yang akan diperoleh nasabah sesuai dengan kebijakan bank yang bersangkutan.

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat

Bank akan menyalurkan uangnya dalam bentuk kredit kepada pihak yang membutuhkan. Bank akan menghasilkan pendapatan melalui penyaluran dana tersebut. Pendapatan berupa pendapatan bunga. Kegiatan pengeluaran kas ini memastikan pendapatan yang cukup bagi bank. Namun, untuk mendapatkan pinjaman dari bank (kredit), nasabah harus memenuhi persyaratan tertentu dari bank.

c. Pelayanan dan jasa perbankan

Selain simpanan, bank juga menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan kepada nasabahnya. Produk dan layanan perbankan meliputi jasa pengiriman uang atau transfer, pemindah bukuan, penagihan, penyelesaian, *letter of credit*, penagihan, bank garansi dan jasa lainnya. Dengan globalisasi saat ini. Terutama bagi mereka yang bergerak dalam bisnis dan berpacu dengan waktu. Untuk memenuhi tuntutan kebutuhan nasabah tersebut, sebagian besar pelaku sektor perbankan kini berlomba-lomba melakukan inovasi produk dan peningkatan teknologi dan sistem informasi untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah.

2.2 Digitalisasi

Menurut KBBI (2021) digitalisasi merupakan proses pemberian atau pemakaian sistem digital yang dimana sistem digital ini dilakukan dengan perangkat elektronik atau digital milik bank yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang terhubung melalui internet atau online.

Digitalisasi perbankan atau disebut *electronic payment* yaitu pembayaran yang memudahkan dan menawarkan kenyamanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran. Dimana nasabah hanya melakukan transaksi dengan memanfaatkan internet secara online tanpa harus bertemu langsung dengan pemilik barang atau jasa. *Electronic payment* merupakan wakil dari seluruh pembayaran non-tunai. Dengan banyaknya pengguna internet membuat

semakin banyaknya *e-commerce*, sehingga *electronic payment* dapat menjadi solusi dalam mengganti pembayaran dengan cara lama, yakni pembayaran digital seperti via ATM, *e-banking*, *e-money*, kartu kredit dan pembayaran lainnya.

2.3 Mobile Banking

2.3.1 Definisi Mobile Banking

Pengertian *Mobile Banking* menurut Bank Jatim (2017) :

“Aplikasi yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi dengan mengirimkan perintah melalui koneksi internet. Layanan transaksi perbankan yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan jangkauan luas.”

Dari pengertian di atas dapat dijabarkan bahwa *mobile banking* merupakan suatu inovasi produk dan layanan yang diberikan oleh bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui media *handphone* dengan internet. *Mobile banking* adalah fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone* untuk mempermudah transaksi perbankan melalui suatu aplikasi. Dengan adanya *handphone* dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual atau nasabah pergi ke bank kini dapat dilakukan tanpa harus datang ke bank.

Layanan *Mobile Banking* memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer dan pembayaran tagihan. Dengan layanan *mobile banking* ini semua orang dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. *Mobile banking* dapat menghemat waktu dan uang, selain menghemat waktu dan uang juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan teknologi dalam menggunakan sarana elektronik dan juga dapat menggunakan

lebih memanfaatkan media *handphone* yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi bisa juga digunakan untuk bisnis atau transaksi. Dan pada akhirnya kini semua perusahaan perbankan kini menyediakan layanan *mobile banking* untuk mendapatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah. Untuk mendaftarkan *mobile banking* ini, nasabah terlebih dahulu mengkonfirmasi layanan *mobile banking* dengan datang ke bank dan meminta aktivasi kepada *customer service* bank. Setelah konfirmasi, nasabah dapat menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi.



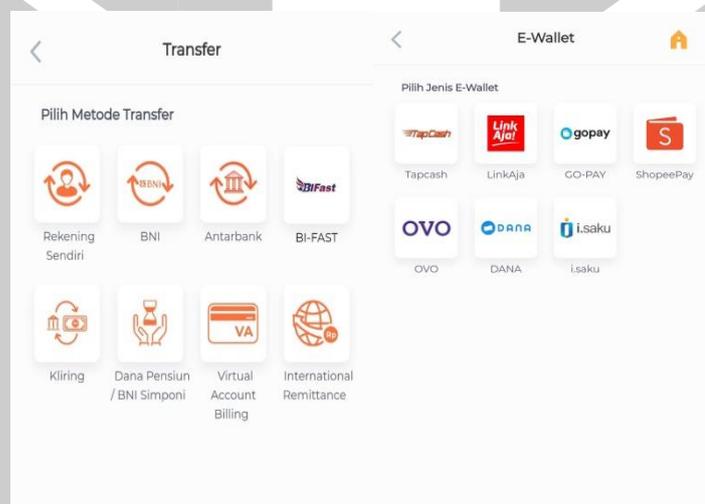
Gambar 2.1 Aplikasi *Mobile Banking* JConnect Bank Jatim

2.3.2 Fungsi *Mobile Banking*

Mobile banking adalah pengganti ATM yang dapat dioperasikan di *handphone*. Jadi, dengan aplikasi *mobile banking* kita bisa melakukan semua jenis transaksi yang dilakukan di ATM. Menurut Cardlez (2021) fungsi *mobile banking* adalah :

1. Transfer Ke Semua Rekening

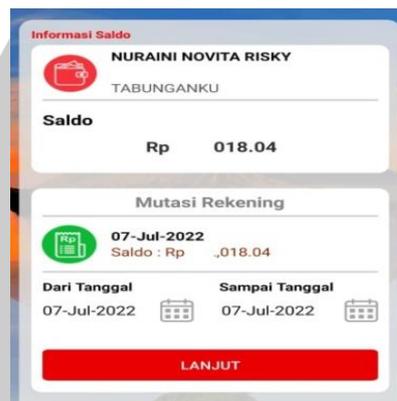
Fitur utama yang digunakan oleh sebagian besar pengguna *mobile banking* adalah mengirim uang ke semua rekening melalui *handphone*. Hanya dengan satu aplikasi *mobile banking* dapat mentransfer uang ke semua rekening. Sama seperti ATM, transfer uang ke rekening dari bank manapun dengan *mobile banking*. Biaya administrasi yang dipotong juga tidak berbeda dengan transfer melalui ATM. Tidak hanya transfer uang, *mobile banking* juga dapat digunakan untuk mentransfer uang ke dompet digital misalnya gopay, ovo atau dana.



Gambar 2.2 Layanan Transfer *Mobile Banking* BNI

2. Cek Saldo

Sebelum adanya fitur *mobile banking*, untuk memeriksa sisa saldo di rekening harus pergi ke ATM. Namun sejak adanya *mobile banking*, cek saldo bisa dilakukan hanya dari *handphone*. Cukup login ke aplikasi *mobile banking*, lalu pilih menu cek saldo untuk mengecek sisa saldo.



Gambar 2.3 Layanan Cek Saldo *Mobile Banking* JConnect Bank Jatim

3. Cek Riwayat Transaksi

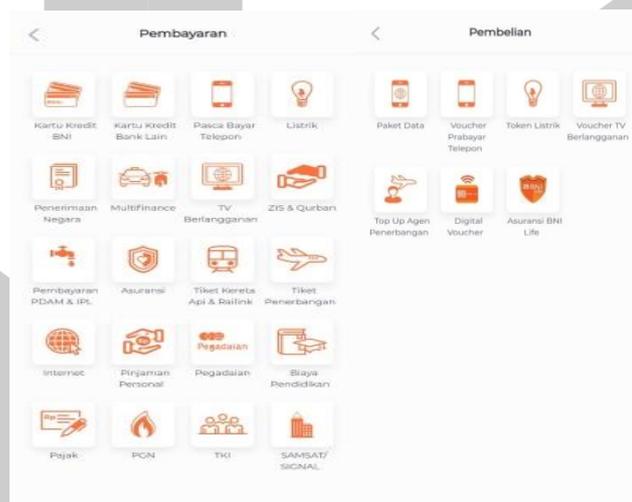
Memeriksa riwayat transaksi baik itu transfer masuk, transfer keluar, maupun pembayaran yang dilakukan melalui *mobile banking* dan melalui ATM. Karena bagaimanapun memeriksa mutasi rekening sangat penting sebagai bukti transaksi. Dengan pembuktian dapat mencegah hal-hal yang tidak diinginkan seperti mencoba penipuan. Fasilitas *mobile banking* memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk cek mutasi tanpa harus datang ke kantor bank atau ATM.



Gambar 2.4 Layanan Cek Riwayat Transaksi *Mobile Banking* JConnect Bank Jatim

4. Membayar Tagihan Elektronik

Membayar tagihan elektronik ini contohnya seperti tagihan listrik, PDAM dan TV kabel. Bahkan untuk isi pulsa dan kuota internet juga bisa melalui *mobile banking*, sehingga tidak perlu pergi ke konter pulsa untuk membeli lagi.



Gambar 2.5 Layanan Pembayaran Tagihan Elektronik *Mobile Banking* Bank BNI

2.3.3 Kelebihan *Mobile Banking*

Layanan mobile banking lebih relative mudah dalam mendapatkan konektivitas, sedangkan *internet banking* tidak semua tempat ada jaringan *internet*. Penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi dengan menghemat waktu. fitur yang sederhana dan mudah dipahami sehingga nasabah dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *mobile banking* dan biaya yang dikenakan umumnya lebih rendah dari *internet banking*. (Novi, 2015, p. 57)

Dari sisi keamanan, *mobile banking* dapat meminimalkan risiko penipuan, karena nasabah akan menerima SMS ketika ada aktivitas pada rekening nasabah baik setoran, penarikan maupun transfer. Keunggulan layanan *mobile banking* juga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja yang dapat diakses 24jam, guna untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan peningkatan jumlah nasabah.

Produk perbankan juga bisa dipromosikan dengan mudah melalui iklan layanan *mobile banking* seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya kepada kelompok nasabah tertentu. Selain promosi produk, berbagai layanan perbankan dapat diakses melalui *mobile banking* antara lain informasi pembayaran rekening, informasi jumlah tabungan, riwayat transaksi, fasilitas pengiriman uang, dan lain sebagainya yang dapat diakses langsung melalui *handphone* nasabah.

2.3.4 Risiko Penggunaan *Mobile Banking*

Fitur keamanan *mobile banking* rentan terhadap penipuan, meskipun secara umum setuju bahwa *mobile banking* lebih aman daripada *internet banking* karena sangat sedikit virus dan trojan yang menyerang *smartphone*, namun, *mobile banking* rentan terhadap penipuan yang disebut phishing atau pengguna *mobile banking* menerima pesan teks palsu atau telepon yang menanyakan detail rekening bank dari seorang hacker yang menyamar sebagai lembaga keuangan. Modus ini mencoba menjebak banyak orang dan menarik uang mereka.

Risiko merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah untuk memutuskan apakah akan menggunakan *mobile banking* atau tidak, dan risiko adalah suatu keadaan yang tidak pasti yang dipertimbangkan oleh seseorang

dalam memutuskan untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak. Seseorang yang akan sangat mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam melakukan transaksi *online* yang penuh dengan risiko. (Dwi Mutiara Sari, 2021, p. 177)

Menurut Bank Shinhan Indonesia (2021) resiko dalam penggunaan *mobile banking* adalah :

1. Phishing

Phishing adalah tindakan meminta pengguna untuk mengungkapkan informasi rahasia dengan mengirimkan pesan penting palsu, yang bisa dalam bentuk *e-mail* atau bentuk komunikasi elektronik lainnya. Pesan palsu tersebut terlihat seperti aslinya dan meminta korban untuk segera mengirimkan informasi tertentu. Dalam kasus penipuan, pelaku sering melakukan hal-hal yang meliputi :

- a. Mengirimkan pesan melalui pesan *e-mail*, *SMS*, halaman *web*, atau media komunikasi elektronik lainnya kepada calon korban yang menjadi targetnya.
- b. Meminta informasi personal yang sensitif, seperti : *User ID*, *Password*/ *PIN*, nomor kartu kredit, masa berlaku kartu kredit.
- c. Memberikan batasan waktu yang singkat, penjahat mengarahkan korban melakukan tindakan sebelum memikirkannya secara mendalam, sehingga mereka menciptakan suasana kepentingan dan menginformasikan konsekuensi buruk jika tidak ditindak lanjuti.

2. Pembajakan nomor ponsel dan pencurian pin *mobile banking*

Pembajakan nomor ponsel adalah tindakan mengambil nomor ponsel orang lain dengan cara melaporkan kehilangan kepada perusahaan operator telpon dan

mengeluarkan kartu SIM baru. Pembajakan nomor ponsel biasanya terjadi ketika ponsel nasabah tidak aktif atau tidak mendapatkan sinyal. Hal ini untuk menghindari kecurigaan nasabah. Dalam pembajakan nomor ponsel, pelaku menggunakan cara antara lain:

- a. Pelaku menggunakan surat kuasa palsu beserta *fotocopy* KTP nasabah.
- b. Jika pelaku sudah berhasil mendapatkan SIM card yang baru, maka pelaku bisa mengirimkan serta bisa menerima SMS ke bank seolah-olah seperti nasabah yang sebenarnya.
- c. Pelaku menghubungi *call center* bank, kemudian meminta untuk dilakukannya reset PIN. Notifikasi atau pemberitahuan perubahan PIN kemudian disampaikan melalui *e-mail* atau *SMS* nasabah, dimana ponsel nasabah sudah dikuasai pelaku.
- d. Jika pelaku sudah mengetahui PIN *SMS banking* si nasabah, maka pelaku dapat menggunakan hal tersebut untuk membobol rekening nasabah di bank.

3. Ponsel digunakan oleh orang lain

Mobile banking dapat disalah gunakan oleh orang lain jika pengaturan keamanan, seperti kata sandi, kunci otomatis, kunci layar, kunci pola dinonaktifkan. *Mobile banking* dapat disalahgunakan jika ponsel nasabah digunakan oleh orang lain, baik itu dipinjamkan, dicuri, atau hilang. Untuk memudahkan dalam mengingat dan mempermudah transaksi, nasabah seringkali menyimpan berbagai informasi penting seperti PIN, *User ID*, *password* dan lainnya didalam ponsel. Pelaku akan mencoba mendapatkan ponsel dan PIN dengan cara:

- a. Pelaku memanfaatkan kelengahan nasabah dengan mengambil ponsel nasabah.
- b. Pelaku mencari PIN yang tersimpan pada ponsel atau pelaku menghubungi *call center* bank meminta dilakukannya reset PIN.
- c. Pelaku mendapatkan PIN dari notifikasi *e-mail* yang dikirimkan bank.

2.3.5 Pencegahan Terhadap Resiko Penggunaan *Mobile Banking*

Menurut Bank Shinhan Indonesia (2021) risiko menggunakan *mobile banking* dapat diminimalisir, sehingga nasabah merasa aman dan nyaman saat menggunakan aplikasi *mobile banking*. Oleh karena itu, nasabah harus mematuhi semua prosedur penggunaan layanan *mobile banking* dan meningkatkan kewaspadaan dan kehati-hatian untuk memastikan keamanan dana dan transaksi perbankan bagi semua nasabahnya. Jika akses internet nasabah murah dan lancar, layanan *mobile banking* digunakan untuk mengurangi biaya. Namun, perangkat komputer atau gadget harus memiliki perangkat lunak anti-virus dan malware bawaan untuk mencegah penipuan. Dan yang penting, hindari menggunakannya di layanan publik seperti warnet atau wifi gratis, karena berpotensi penyadapan data nasabah. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu:

- 1. Hal hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya terhadap *phising*, antara lain :**
 - a. Jangan pernah mengirimkan informasi sensitif melalui *e-mail*. Perlu diketahui bahwa bank tidak akan meminta informasi sensitif melalui *e-mail* atau sarana elektronik lainnya yang tidak aman.
 - b. Menggunakan anti virus yang terkini.
 - c. Jangan mengklik *link* apapun pada pesan (*e-mail*) yang terindikasi *phishing*

- d. Mengkonfirmasi kepada pihak bank melalui *call center* yang resmi jika ada permintaan yang mencurigakan.
- e. Jangan pernah memasukkan *user ID* dan *password* pada suatu halaman *web* yang terbuka otomatis (*pop up*) atau dari *link*. Ketiklah alamat halaman *web* yang akan dibuka.
- f. Hati-hati mengunduh *attachment e-mail* karena dapat berisi *virus/malware* yang dapat mencuri data sensitif.

2. Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya terhadap pembajakan nomer ponsel dan pencurian pin mobile banking, antara lain:

- a. Untuk merahasiakan PIN dan tidak menyimpan PIN atau informasi apapun yang berkaitan dengan m-banking pada ponsel.
- b. Menggunakan PIN yang bervariasi agar tidak mudah ditebak.
- c. Mengganti PIN secara berkala.
- d. Untuk rutin memperhatikan notifikasi e-mail yang dikirim oleh pihak bank.

3. Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya penggunaan ponsel yang digunakan orang lain agar tidak terjadi penyalahgunaan mobile banking, antara lain:

- a. Mengaktifkan pengaturan pengamanan pada ponsel seperti password / passcode, auto-lock, screen-lock, penguncian menggunakan pola dan lainnya.
- b. Rutin mengecek serta menghapus SMS yang berisi PIN dari sent item maupun dari folder lainnya.
- c. Menggunakan PIN yang unik serta tidak mudah ditebak.

- d. Untuk rutin mengganti PIN secara berkala.
- e. Jika kehilangan ponsel agar segera melakukan pemblokiran akun SMS banking dan/atau nomor ponsel.
- f. Untuk rutin memperhatikan dan mengecek notifikasi e-mail dari bank.

2.4 Strategi Pemasaran Bank Melalui *Mobile Banking*

2.4.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Saat ini persaingan dalam bisnis semakin ketat, perusahaan saling bersaing untuk menjadi yang terbaik dan mengambil hati nasabah. Untuk dapat memenangkan persaingan dan menarik hati nasabah maka diperlukan suatu strategi dalam kegiatan bisnis, salah satunya adalah strategi pemasaran. Strategi pemasaran sangat penting bagi bisnis karena merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar guna untuk memenangkan persaingan bisnis yang ada.

Menurut Philip Kotler (2021) strategi pemasaran adalah :

“ Cara di mana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran pemasaran. “

Strategi pemasaran adalah suatu serangkaian pandangan dan pola pikir (*mindset*) dalam pemasaran yang akan dipergunakan untuk mencapai apa yang menjadi tujuan marketing. Di dalam pola pikir tersebut terkandung strategi yang terperinci mengenai sasaran pasar atau target market, dimana posisinya, bauran serta anggaran untuk pemasaran dan strategi pemasaran pada sebuah perusahaan memiliki fungsi sebagai penentu pada nilai ekonomi atas perusahaan tersebut baik

yang berupa produk ataupun jasa. Terdapat tiga faktor yang menjadi penentu dalam hal tersebut yaitu produksi, pemasaran dan konsumsi. Sehingga bisa dikatakan bahwa strategi pemasaran menjadi penghubung antara produksi dengan konsumsi.

2.4.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008, p. 58) bauran pemasaran adalah :

“ Bauran pemasaran ialah seperangkat alat pemasaran pada perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran juga dapat diartikan sebagai variabel-variabel terkendali yang dapat mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan. “

Bauran pemasaran merupakan strategi yang biasa digunakan oleh suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep penting dalam teori pemasaran modern. Unsur-unsur bauran pemasaran terdiri dari semua variabel yang dapat dikendalikan perusahaan dalam komunikasinya dan akan berfungsi untuk memuaskan konsumen sasaran.

Adapun konsep bauran pemasaran 4P yaitu :

1. *Produk (Product)*

Produk perbankan adalah produk yang dihasilkan bukan berupa barang melainkan berupa jasa. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan *service* sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika

masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

2. *Biaya (Price)*

Biaya dalam perbankan merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*. Menentukan biaya jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah biaya bahan-bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung namun erat kaitannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

3. *Tempat (Place)*

Bagi perbankan, pemilihan lokasi atau tempat sangat penting dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju sesuai dengan core business dari perusahaan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Dekat dengan kawasan industri.
- 2) Dekat dengan lokasi perkantoran.
- 3) Dekat dengan lokasi pasar.

- 4) Dekat dengan pusat pemerintahan.
- 5) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- 6) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.
- 7) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik dan lain-lain).

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, dari segi produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini, setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan semua produk jasa yang dimilikinya secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi adalah untuk mengumumkan segala macam produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Ada 4 macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk brosur, spanduk, baliho, koran, majalah, televisi, dan lain-lain.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih nasabah yang dimaksudkan untuk menghasilkan penjualan.
- 3) Publisitas (*publicity*) dorongan permintaan secara non pribadi tentang produk, jasa atau ide dengan menggunakan informasi komersial di media massa dan sponsor tidak dikenakan biaya secara langsung.

- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*) merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan langsung secara perorangan atau secara pribadi kepada nasabah. Keterlibatan karyawan secara pribadi dalam *personal selling* dilakukan dengan tujuan memperkuat citra perusahaan. Hal positif yang dinilai nasabah dengan *personal selling* adalah bahwa produk dan perusahaan tidak perlu diragukan lagi, terbukti dengan adanya karyawan yang terlibat langsung dalam proses penjualan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa bahwa bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan sebagai strategi dalam kegiatan perusahaan guna untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi).