

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Bank**

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan BANK adalah “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 rakyat banyak”.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan secara lebih luas bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan funding. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas.

### 2.1.2 Fungsi dan Tujuan Bank

Adapun fungsi dan tujuan yang dimiliki oleh bank yaitu sebagai berikut :

#### 1. Fungsi dan Tujuan Bank

Fungsi dan tujuan bank secara lebih tegas dirumuskan dalam Pasal 3 dan Pasal 4 Undang-Undang Perbankan, bahwa:

1. Pasal 3 memuat bahwa fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.
2. Pasal 4 bahwa perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Fungsi dan tujuan bank dalam kedua pasal tersebut adalah bahwa perbankan di Indonesia mempunyai kekhususan yang merupakan karakteristik tersendiri dibandingkan perbankan pada umumnya. Kekhususan tersebut dilihat dari fungsi dan tujuan bank milik Indonesia dalam kehidupan ekonomi nasional bangsa Indonesia, seperti:

- 1) Bank berfungsi sebagai pusat kegiatan perekonomian dengan kegiatan usaha pokok menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat atau pemindahan dana masyarakat dari unit surplus kepada unit defisit atau pemindahan uang dari penabung kepada peminjam.

- 2) Penghimpun dan penyaluran dana masyarakat tersebut bertujuan menunjang sebagian tugas penyelenggara negara, yaitu:
  - a) Menunjang pembangunan nasional, termasuk pembangunan daerah. Jadi perbankan Indonesia diarahkan untuk menjadi agen pembangunan.
  - b) Dalam rangka mewujudkan pembangunan nasional, yaitu meningkatkan pemerataan kesejahteraan rakyat, pertumbuhan ekonomi nasional bagi seluruh rakyat Indonesia termasuk pertumbuhan ekonomi yang diserasikan, stabilitas nasional guna meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.
- 3) Perbankan Indonesia harus mampu melindungi secara baik apa yang dititipkan masyarakat dengan menerapkan prinsip kehati-hatian.
- 4) Peningkatan perlindungan dana masyarakat yang dipercayakan kepada bank, selain melalui penerapan prinsip kehati-hatian juga pemenuhan persyaratan kesehatan bank, serta sekaligus berfungsi untuk mencegah terjadinya praktik-praktik yang merugikan kepentingan masyarakat luas.

### **2.1.3 Jenis – Jenis Bank**

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Jika melihat jenis perbankan sebelum keluar Undang-undang perbankan

Nomor 10 Tahun 1998 dengan sebelumnya, yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967, maka terdapat beberapa perbedaan.

Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi bank, serta kepemilikan bank. Dari segi fungsi perbedaan yang terjadi tertelak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Sedangkan kepemilikan perusahaan perusahaan dilihat dari segi pemilikan saham yang ada serta akte pendiriannya. Perbedaan lainnya adalah dilihat dari segi siapa nasabah yang mereka layani apakah masyarakat luas atau masyarakat dalam lokasi tertentu (kecamatan). Jenis perbankan juga dibagi kedalam caranya menentukan harga jual dan harga beli.

Adapun jenis perbankan dewasa ini dapat ditinjau dari berbagai segi antara lain :

1. Dilihat dari segi fungsinya

Menurut Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 jenis perbankan menurut fungsinya terdiri dari :

- a. Bank Umum
- b. Bank Pembangunan
- c. Bank Tabungan
- d. Bank Pasar
- e. Bank Desa
- f. Lambung Desa

- g. Bank Pegawai
- h. dan bank lainnya

Namun setelah keluar UU Pokok Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 maka jenis perbankan terdiri dari :

- a) Bank Umum
- b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Dimana bank pembangunan dan Bank Tabungan berubah fungsinya menjadi Bank Umum sedangkan Bank Desa, Bank Pasar, Lumbung Desa, dan Bank Pegawai menjadi Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Adapun pengertian Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat sesuai dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah sebagai berikut:

- a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan diseluruh wilayah. Bank umum sering disebut bank komersil (*commercial bank*).

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2. Dilihat dari segi kepemilikannya.

Ditinjau dari segi kepemilikannya maksudnya adalah siapa saja yang memiliki bank tersebut. Kepemilikan ini dapat dilihat dari akte pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan.

Jenis bank dilihat dari segi kepemilikannya tersebut adalah sebagai berikut.

a. Bank milik pemerintah

Dimana baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

Contoh bank milik pemerintah antara lain

- 1) Bank Negara Indonesia 46 (BNI)
- 2) Bank Rakyat Indonesia (BRI)
- 3) Bank Tabungan Negara (BTN)

Sedangkan bank milik pemerintah daerah (pemda) terdapat di daerah tingkat I dan tingkat II masing-masing provinsi. Sebagai contoh :

- a) BPD DKI Jakarta
  - b) BPD Jawa Barat
  - c) BPD Jawa Tengah
  - d) BPD Jawa Timur
  - e) BPD Sumatra Utara
  - f) BPD Sumatra Selatan
  - g) BPD Sulawesi Selatan
  - h) dan BPD lainnya.
- b. Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contoh bank milik swasta nasional antara lain :

- a) Bank Muamalat
- b) Bank Central Asia
- c) Bank Bumi Putra
- d) Bank Danamon
- e) Bank Duta
- f) Bank Lippo

- g) Bank Nusa Internasional
- h) Bank Niaga
- i) Bank Universal
- j) Bank Internasional Indonesia

c. Bank milik Koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Sebagai contoh adalah :

- a) Bank Umum Koperasi Indonesia.

d. Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Jelas ke pemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

Contoh bank asing antara lain :

- a) *ABN AMRO Bank*
- b) *Deutsche Bank*
- c) *American Express Bank*
- d) *Bank of America*
- e) *Bank of Tokyo*
- f) *Bangkok Bank*
- g) *City Bank*
- h) *European Asia Bank*



- i) *Hongkong Bank*
  - j) *Standar Chartered Bank*
  - k) Chase Manhattan Bank
- e. Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga Negara Indonesia. Contoh bank campuran antara lain:

- a) Sumitomo Niaga Bank
- b) Bank Merincop
- c) Bank Sakura Swadarma
- d) Bank Finconesia
- e) Mitsubishi Buana Bank
- f) Inter Pacific Bank
- g) Paribas BBD Indonesia
- h) Ing Bank
- i) Sanwa Indonesia Bank
- j) Bank PDFCI

3. Dilihat dari segi status.

Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, maka bank umum dapat dibagi kedalam dua macam. Pembagian jenis ini disebut juga pembagian berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut.

Kedudukan atau status ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, untuk memperoleh status tersebut diperlukan penilaian–penilaian dengan kriteria tertentu.

a. Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *letter of credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank non devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa. Jadi bank non devisa merupakan kebalikan dari pada bank devisa, di mana transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas Negara.

4. Dilihat dari cara menentukan harga

Jenis bank jika dilihat dari segi atau caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam dua kelompok.

a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia dewasa ini adalah bank yang berorientasi pada prinsip konvensional. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bangsa Indonesia dimana asal mula bank di Indonesia dibawa oleh colonial belanda.

Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode yaitu :

- 1) Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito. Demikian pula harga untuk produk pinjamannya (*kredit*) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penelitian harga ini dikenal dengan istilah spread based. Apabila suku bunga simpanan lebih tinggi dari suku bunga pinjaman maka dikenal dengan nama negative spread, hal ini telah terjadi di akhir tahun 1998 dan sepanjang tahun 1999.
- 2) Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah feed based.

b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia. Namun, di luar negeri terutama di negara-negara

timur tengah bank yang berdasarkan prinsip syariah sudah berkembang pesat sejak lama.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip pernyataan modal (*musharakah*)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa

#### **2.1.4 Sumber-sumber Dana Bank**

Menurut Kasmir (2018:58) “Sumber – sumber dana bank adalah usaha bank dalam menghimpun dana untuk membiayai operasinya”. Hal ini sesuai dengan fungsinya bahwa bank adalah lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang (*memberikan pinjaman*)

bank harus lebih dulu membeli uang (*menghimpun dana*) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntungan.

Dana untuk membiayai operasinya dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana ini tergantung bank itu sendiri apakah secara pinjaman (*titipan*) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya. Di samping itu, untuk membiayai operasinya dana dapat pula diperoleh dengan modal sendiri, yaitu dengan mengeluarkan atau menjual saham. Perolehan dana disesuaikan pula dengan tujuan dari penggunaan dana tersebut.

Jika tujuannya untuk kegiatan sehari-hari jelas berbeda sumbernya, dengan bank yang hendak melakukan investasi baru atau untuk perluasan suatu usaha. Jadi tergantung dari pada tujuan dana tersebut digunakan untuk apa.

Dikutip dari buku Bank Lembaga Keuangan Lainnya tahun 2018 oleh kasmir Adapun sumber-sumber dana bank tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri.

Sumber dana ini merupakan sumber dana dari modal sendiri. Modal sendiri maksudnya adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya. Apabila saham yang terdapat dalam portepel belum habis terjual, sedangkan kebutuhan dana masih perlu, maka pencairannya dapat dilakukan dengan menjual saham kepada pemegang saham lama. Akan tetapi, jika tujuan perusahaan untuk

melakukan ekspansi, maka perusahaan dapat mengeluarkan saham baru tersebut di pasar modal. Disamping itu, pihak perbankan dapat pula menggunakan cadangan-cadangan laba yang belum digunakan.

Secara garis besar dapat disimpulkan pencarian dana sendiri terdiri dari :

- a. Setoran modal dari pemegang saham
- b. Cadangan-cadangan bank, maksudnya adalah cadangan cadangan laba pada tahun lalu yang tidak dibagi kepada para pemegang sahamnya. Cadangan ini sengaja disediakan untuk mengantisipasi laba tahun yang akan datang;
- c. Laba yang belum dibagi, merupakan laba yang memang belum dibagikan pada tahun yang bersangkutan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk sementara waktu.

Keuntungan dari sumber dana sendiri adalah tidak perlu membayar bunga yang relatif lebih besar dari pada jika meminjam ke lembaga lain.

## 2. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya dan pencarian dana sumber ini paling dominan, asal

dapat memberikan bunga dan fasilitas menarik lainnya menarik dana dari sumber ini tidak terlalu sukit. Akan tetapi, pencarian sumber dana dari sumber ini relatif lebih mahal jika dibandingkan dari dana sendiri. Adapun sumber dana dari masyarakat luas dapat dilakukan dalam bentuk :

- a. Simpanan giro
  - b. Simpanan tabungan
  - c. Simpanan deposit
3. Dana yang bersumber dari lembaga lainnya.

Sumber dana ini merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber dana pertama dan kedua diatas. Pencarian sumber dana ini relatif lebih mahal dan sifatnya hanya sementara waktu saja. Kemudian dana yang diperoleh dari sumber ini digunakan untuk membiayai atau membayar transaksi-transaksi tertentu. Perolehan dana dari sumber ini antara lain dapat diperoleh dari :

- a. Kredit likuiditas dari Bank Indonesia, merupakan kredit yang diberikan Bank Indonesia kepada bank-bank yang mengalami kesulitan likuiditasnya;
- b. Pinjaman antarbank (*call money*) biasanya pinjaman ini diberikan kepada bank-bank yang mengalami kalah kliring di dalam lembaga kliring. Pinjaman ini bersifat jangka pendek dengan bunga yang relatif tinggi;

- c. Pinjaman dari bank-bank luar negeri, merupakan pinjaman yang diperoleh oleh perbankan dari pihak luar negeri;
- d. Surat Berharga Pasar Uang (SBPU). Dalam hal ini pihak perbankan menerbitkan SPBU kemudian diperjual belikan kepada pihak yang berminat, baik perusahaan keuangan maupun non keuangan.

### **2.1.5 Pengertian Bank Konvensional**

Menurut OJK (*Otoritas Jasa Keuangan*) Bank Konvensional adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat.

Bank konvensional biasanya memiliki cabang dan kantor fisik di mana nasabah dapat melakukan transaksi dan berinteraksi dengan staf bank. Mereka juga menawarkan layanan perbankan online kepada pelanggan, memungkinkan mereka untuk mengelola akun mereka dan melakukan transaksi dari komputer atau perangkat seluler mereka.

Bank konvensional menghasilkan uang dengan membebankan biaya pada berbagai layanan, seperti charging fee dan transfer, dan dengan mendapatkan bunga atas simpanan dan pinjaman. Mereka juga berinvestasi di berbagai produk keuangan, seperti sekuritas dan obligasi, untuk menghasilkan pendapatan tambahan.

Kesimpulannya adalah bank konvensional bank yang cabang kantornya memiliki fisik yang dimana nasabah dapat melukan



transaksi dan berinteraksi dengan staf bank dan bank konvensional juga menghasilkan uang dengan berbagai layanan seperti *charging fee* dan transfer.

### **2.1.6 Produk Bank**

Pasalnya dari setiap produk perbankan yang tersedia, selain menawarkan kemudahan atau keuntungan, terdapat juga sisi risiko yang perlu Anda pelajari agar bisa disesuaikan dengan kondisi atau kebutuhan Anda saat ini. Berikut adalah daftar produk perbankan yang populer digunakan di kalangan masyarakat.

#### **1. Tabungan**

Produk perbankan pertama dalam daftar ini merupakan salah satu produk yang cukup umum dimiliki dan digunakan oleh para pengguna layanan atau nasabah bank. Sesuai dengan namanya, tabungan merupakan sebuah produk perbankan yang ditawarkan ketika Anda memiliki kebutuhan menabung atau sekadar menyimpan uang Anda. Di luar itu, tabungan juga merupakan produk perbankan yang perlu Anda miliki ketika Anda bekerja. Pasalnya, penghasilan yang Anda dapatkan dari kantor tempat Anda bekerja akan disalurkan tiap bulannya pada tabungan yang Anda miliki di bank. Tabungan juga memiliki fitur penarikan atau pemindahan dana yang dapat Anda gunakan setiap saat.

Ketika Anda menyetujui untuk menggunakan produk perbankan ini, Anda pun akan mendapatkan kelengkapan sebagai berikut:

a. Buku Tabungan

Buku tabungan merupakan sebuah tanda bukti bahwa Anda terdaftar sebagai salah satu nasabah suatu bank yang menggunakan produk perbankan tabungan. Buku tabungan ini memiliki fungsi sebagai pusat informasi dari segala transaksi perbankan yang Anda lakukan dalam produk perbankan tabungan yang Anda miliki. Selain menyantumkan nama, dalam buku tabungan juga terdapat informasi terkait nomor rekening Anda yang berguna untuk memaksimalkan fitur pemindahan dana dari pihak lain ke dalam tabungan Anda.

b. Kartu ATM

Selain buku tabungan, sebagai tanda kepemilikan produk perbankan tabungan, Anda juga akan diberikan kartu ATM. Kartu ATM merupakan sebuah fasilitas produk perbankan yang berguna untuk memudahkan Anda saat bertransaksi dengan dana yang ada di dalam tabungan Anda. Fungsi kartu ATM yang paling sering digunakan adalah untuk penarikan dana di mesin ATM (anjungan tunai mandiri) atau untuk membayar belanjaan Anda melalui fitur debit yang tersemat pada kartu ATM Anda.

## 2. Deposito

Produk perbankan lainnya yang juga cukup populer di kalangan masyarakat adalah deposito. Secara karakteristik dasar, deposito ini memiliki fungsi yang sama dengan tabungan, sebagai sarana penyimpanan dana. Namun berbeda dengan tabungan yang dananya bisa Anda atur atau ambil setiap saat, produk perbankan ini memiliki tenggat waktu tertentu sebelum Anda dapat kembali mengambil dana yang telah Anda salurkan ke dalam deposito.

Jika memilih untuk menarik dana di luar tenggat waktu yang telah disetujui, bisa-bisa akan terkena pinalti yang berujung pada pemotongan dana di dalam tabungan deposito yang dimiliki. Berikut adalah hal yang perlu pahami terkait produk perbankan dalam bentuk deposito. Untuk dananya sendiri, bisa mendepositokan uang rupiah maupun mata uang asing.

### a. Jangka waktu dan durasi penyimpanan

Jangka waktu atau tempo merupakan istilah yang akan sering Anda temukan dalam produk perbankan berbentuk deposito. Jangka waktu atau tempo ini merujuk pada waktu pencairan dana yang sesuai dengan yang telah disetujui oleh Anda sebagai nasabah dan pihak bank sebelum menggunakan produk perbankan deposito. Secara umum, jika Anda menggunakan produk perbankan ini, dana yang tersimpan di dalam deposito biasanya berkisar mulai dari 1 hingga 12 bulan.

### 3. Kredit

Mungkin Anda akan lebih mengenal kartu kredit sebagai produk perbankan. Nyatanya, kartu kredit merupakan bagian dari produk kredit yang ditawarkan oleh bank. Produk perbankan kredit ini merupakan salah satu dari tiga fungsi bank yang memastikan untuk dapat membantu masyarakat. Dengan produk perbankan satu ini, lembaga bank dapat membantu seseorang atau badan usaha untuk bisa membeli suatu barang dan membayarnya dalam jangka waktu tertentu. Ketentuan tentang kredit sebagai produk perbankan ini juga tercantum pada Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998.

Setiap orang yang menggunakan produk perbankan satu ini perlu memahami bahwa ada elemen jangka waktu, bunga, jaminan, hingga biaya administrasi yang akan diakumulasi pada tagihan kredit tersebut. Selain itu, kredit sebagai produk perbankan juga memiliki manfaat dalam mendorong pertumbuhan dan perluasan ekonomi, mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, menjadi modal usaha dan sumber dana pengembangan usaha, sekaligus memberikan rasa aman bagi penggunanya.

### 4. Kartu ATM

Selain buku tabungan, sebagai tanda kepemilikan produk perbankan tabungan, Anda juga akan diberikan kartu ATM. Kartu

ATM merupakan sebuah fasilitas produk perbankan yang berguna untuk memudahkan Anda saat bertransaksi dengan dana yang ada di dalam tabungan Anda. Fungsi kartu ATM yang paling sering digunakan adalah untuk penarikan dana di mesin ATM (anjungan tunai mandiri) atau untuk membayar belanjaan Anda melalui fitur debit yang tersemat pada kartu ATM Anda.

### **2.1.7 Pengertian Tabungan**

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, *bilyet giro* atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Kegiatan menabung dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya menyimpan di rumah, seperti di bawah bantal, di bawah tempat tidur, ataupun menyimpannya di bank.

Jika menyimpannya di bank, maka pemilik tabungan akan mendapatkan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang dilakukan. Tidak hanya itu pihak bank juga akan memberikan *Automatic Teller Machine* (ATM) lengkap dengan nomor pribadi (PIN).

Kesimpulannya pentingnya tabungan bagi masyarakat selain sebagai dana cadangan pengeluaran yang tidak terduga juga merupakan

akumulasi modal dan kekayaan yang bisa dipergunakan dimasa yang akan datang. Akumulasi modal menjadi sangat penting karena akumulasi modal ini akan berpengaruh terhadap tingkat investasi. Investasi diperlukan sebagai stimulasi peningkatan pendapatan mendorong terciptanya lapangan kerja.

### **2.1.8 Pengertian Taplus Muda**

Dikutip dari sumber bank *BNI Taplus Muda* merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi anak muda Indonesia mulai dari usia 17 tahun sampai dengan 35 tahun. BNI Taplus Muda dengan jenis tabungan dari BNI yang ditujukan khusus bagi generasi muda. Ini solusi yang tepat bagi mereka yang ingin menyimpan uang dan memanfaatkan keuntungan *finansial*. (sumber yang di dapat dari bank BNI sendiri dalam Taplus Muda)

Produk ini juga memiliki layanan digital yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Nasabah dapat melakukan transaksi melalui aplikasi mobile banking, internet banking, atau mesin ATM BNI. Secara garis besar, fasilitas dan syarat yang diberikan dalam produk tabungan ini antara lain:

#### Fasilitas BNI Taplus Muda

1. E-Banking : fasilitas transaksi perbankan elektronik yang terdiri dari BNI ATM, BNI *Mobile Banking*, BNI *Internet Banking*, BNI *SMS Banking*, dan BNI *Phone Banking*.

2. BNI CDM (*Cash Deposit Machine*) : Layanan transaksi 24 jam melalui mesin CDM untuk melakukan setoran tunai.
3. BNI *Cashless* (ATM Non Tunai) : Layanan transaksi 24 jam melalui sarana mesin ATM untuk melakukan transaksi non tunai.
4. BNI CRM (*Cash Recycle Machine*) : Layanan transaksi 24 jam melalui sarana mesin CRM untuk melakukan setoran dan penarikan tunai.
5. Layanan Notifikasi transaksi via SMS.

#### Syarat pembukaan rekening BNI Taplus Muda

- 1) Mengisi formulir pembukaan rekening.
- 2) Membawa asli bukti identitas diri (KTP/SIM/Paspor) dan melampirkan foto copy-nya.
- 3) Mengisi formulir *e-statement*.

Kesimpulanya bahwa tabungan taplus muda ini digunakan oleh anak muda dengan usia dari 17 tahun hingga 35 tahun produk ini juga memiliki layanan digital yang memudahkan nasabah melakukan transaksi dan nasabah taplus muda ini dapat melakukan transaksi melalui atm ataupun mobile banking.

### **2.1.9 Pengertian Strategi**

Strategi menurut Stoner dalam Tania (2018:8) mendefinisikan konsep strategi berdasarkan 2 perspektif yang berbeda yaitu:

- 1) perspektif apa organisasi ingin dilakukan

2) perspektif apa yang akhirnya organisasi lakukan, yang artinya berdasarkan perspektif yang pertama konsep strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi misinya, dan yang kedua, perspektif dapat didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu.

Menurut Hamel dan pharalad dalam Tania (2018:10) Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan.

Menurut Chandler dalam Persari dkk (2018:105) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kesimpulan nya adalah strategi adalah suatu program yang didefinisikan untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi yang senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh nasabah di masa depan.

#### **2.1.10 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2018) adalah suatu tahapan dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen serta



membangun relasi yang kuat dengan konsumen yang bertujuan untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

Pemasaran merupakan salah satu manajemen perbankan yang sangat penting untuk selalu dikembangkan, karena eksisnya suatu bank tidak terlepas dari pemasaran, dan pemasaran juga salah satu keberhasilan bank untuk dapat menjalankan fungsi utamanya, adalah sebagai lembaga perantara keuangan (*Financial Intermediary*) antara yang memiliki kelebihan dana (*Surplus Unit*) dengan kekurangan dana (*Deficit Unit*) dengan demikian maka manajemen pemasaran bank suatu keharusan yang mutlak terus di kembangkan.

Kesimpulannya adalah dengan menciptakan produk atau jasa bank yang ditujukan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memberikan kepuasan nasabah agar nasabah tertarik terhadap produk yang dibuat oleh bank.

#### **2.1.11 Pengertian Strategi Pemasaran**

Menurut Assauri (2018:168) Strategi Pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Menurut Swasta (2018) mengatakan strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Kesimpulannya strategi pemasaran adalah dengan kita memasarkan

produk baik barang atau jasa, dengan pola rencana yang dilakukan oleh bak agar nasabah mudah tertarik dengan produknya.

### **2.1.12 Jenis-Jenis Strategi Pemasaran**

Menurut Assauri (2018:79) dalam hubungan strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan menjadi tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan, yaitu

1. Strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*)

Dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Strategi ini bertujuan untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga menurunkan biaya. Salah satu keuntungan strategi ini adalah kemampuan perusahaan untuk menekan biaya sehingga dapat lebih ekonomis. Kelemahannya adalah jika banyak perusahaan lain yang menjalankan strategi pemasaran yang sama, maka akan terjadi persaingan yang tajam.

2. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan pasar (*Differentiated Marketing*).

Dengan strategi ini, perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Strategi ini bertujuan untuk mempertebal kepercayaan kelompok konsumen tertentu terhadap produk yang

dihasilkan dan dipasarkan, sehingga pembeliannya akan dilakukan berulang kali. Keuntungan strategi ini adalah penjualan dapat diharapkan akan lebih tinggi dengan posisi produk yang lebih baik di setiap segmen pasar dan total penjualan perusahaan akan dapat ditingkatkan dengan bervariasinya produk yang ditawarkan. Kelemahannya strategi ini adalah terdapat kecenderungan biaya akan lebih tinggi karena kenaikan biaya produksi untuk modifikasi produk, biaya administrasi, biaya promosi, dan biaya investasi.

### 3. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated Marketing*).

Dengan strategi ini, perusahaan mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar. Dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya perusahaan. Strategi ini perusahaan memusatkan segala kegiatan pemasarannya pada satu atau beberapa segmen pasar yang akan memberikan keuntungan terbesar. Keuntungan strategi ini adalah perusahaan akan menghadapi risiko yang besar jika biaya tergantung pada satu atau beberapa segmen pasar saja.

#### **2.1.13 Bauran Pemasaran**

Dalam buku Manajemen Pemasaran Tahun 2020 yang dikutip oleh ajar yaitu konsep bauran pemasaran 7P memiliki 7 elemen yang menjadi dasar untuk merancang sebuah strategi pemasaran. 7p elemen tersebut terdiri dari Produk (*product*), Harga (*price*), Promosi

(*promotion*), Tempat (*place*), Orang (*people*), Proses (*process*) serta Bukti Fisik (*physical evidence*).

Ketujuh elemen tersebut membuat konsep bauran pemasaran 7P ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan elemen – elemen di luar produk yang dijual. Berdasar 7 elemen tersebut maka pelaku bisnis diharapkan bisa mengidentifikasi hingga merancang sebuah strategi pemasaran yang ideal bagi produk yang dimiliki.

#### 1. *Product* (produk)

Produk merupakan elemen dasar karena menjadi obyek yang dijual atau ditawarkan kepada pasar atau konsumen. Faktor kualitas menjadi hal utama dari sebuah produk karena produk yang berkualitas akan lebih mudah dijual serta menghasilkan pengalaman positif bagi konsumennya.

#### 2. *Price* (harga)

*Price* atau harga merupakan nilai ekonomis dari produk yang akan dijual. Artinya ada sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen ketika ingin mendapatkan produk yang dijual. Harga merupakan bentuk pengorbanan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Pelaku bisnis bisa menghitung harga dasar berdasarkan modal dan biaya produksi. Sedangkan harga produk ketika ditawarkan kepada konsumen sudah termasuk sejumlah keuntungan yang ditarget oleh pelaku bisnis sebagai pemilik produk.

### 3. *Place* (tempat)

*Place* atau tempat merupakan elemen bauran pemasaran yang berkaitan dengan tempat atau lokasi bisnis. Tempat yang strategis bisa meningkatkan citra pelaku bisnis dan produk sekaligus memudahkan konsumen untuk menjangkau produk tersebut. Kesesuaian tempat dengan target konsumen bisa memaksimalkan penjualan dan keuntungan.

### 4. *Promotion* (Promosi)

*Promotion* atau promosi merupakan bagian penting yang menghubungkan pelaku bisnis sebagai pemilik produk dengan konsumen yang berada di pasar. Promosi bertujuan menarik perhatian dan meyakinkan calon konsumen untuk membeli dan memakai produk.

### 5. *People* (orang)

*People* atau orang merupakan elemen konsep bauran pemasaran yang berwujud sumber daya manusia. Kualitas SDM yang baik akan berdampak baik bagi sebuah perusahaan karena berpotensi memiliki performance yang baik.

### 6. *Process* (proses)

*Process* atau proses merupakan elemen yang berkaitan dengan penanganan pelaku bisnis dalam melayani konsumen. Bagian ini diawali dari pemesanan atau order hingga produk sampai di tangan konsumen.

## 7. *Physical evidence* (tampilan fisik)

*Physical evidence* atau tampilan fisik ini berkaitan dengan citra atau tampilan perusahaan atau pelaku bisnis. Desain tempat usaha, kemasan produk hingga citra yang diusung merupakan bagian dari tampilan fisik.

### 2.1.14 Pengertian STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

Menurut Sutarno dalam Richard (2018) menyatakan bahwa segmentasi (*Segmenting*) pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Menurut Kotler & Keller (2018: 240) *targeting* (penentuan target pasar) adalah mengidentifikasi dan menentukan segmen pasar yang akan menjadi target yang dibidik.

Menurut Kotler & Keller (2018: 292) mendefinisikan bahwa *positioning* (pemosisian produk) adalah suatu tindakan penentuan posisi pasar untuk menunjukkan bagaimana suatu produk dapat dibedakan dari produk pesaing.

Kesimpulan Dari STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) adalah dengan pendekatan yang digunakan untuk mengembangkan pesan atau strategi pemasaran yang sesuai dengan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) tertentu.

## 2.2 Pendekatan Masalah

Dalam penelitian tentang strategi pemasaran tabungan taplus muda pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Universitas Siliwangi ini di bahas tentang bagaimana strategi pemasaran tabungan taplus muda di BNI kantor cabang pembantu universitas siliwangi dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran tabungan taplus muda pada bank BNI. Pada umumnya setiap strategi pemasaran mempunyai tahapan-tahapan untuk memudahkan dalam prosesnya, seperti marketing mix 7P diantaranya produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang atau SDM (*people*), proses (*process*), tampilan fisik (*physical evidence*) Sebagai solusi dari pendekatan permasalahan, pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer atau bersumber dari wawancara dengan salah saatu karyawan lebih tepatnya *costumers* servis pada bank BNI kantor cabang Pembantu universitas siliwangi, selain data primer tentunya penulis juga menggunakan data sekunder seperti sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan.



*Sumber : skema dibuat oleh peneliti*

*Gambar 2.1*

*Skema pendekatan masalah strategi pemasaran produk Tapls Muda pada PT.Bank Negara Indonesia (persero) Tbk, Kantor Cabang Pembantu universitas Siliwangi*