BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Pengertian Bank

Bank dikenal sebagai Lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjamkan uang kredit bagi masyarakat yang membutuhkannya. Di samping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.

Kata bank sebenernya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup di daerah perkotaan. Bahkan di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata asing dan aneh. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkan dengan uang. Kemudian pengertian 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 menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak".

Sedangkan menurut kasmir (2014:2) "Secara sederhana bank dapat

diartikan sebagai Lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya".

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

Usaha perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimoun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanyak kegiatan pendukung. Aktivitas perbankan yang pertama yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang luas yang dikenal dengan istilah kegiatan funding. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka.

Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan di berikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga,

bagi hasil, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang di berikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya.

Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka oleh perbankan dana tersebut diputar kembali atau dijual kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah kredit. Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (debitur) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Terlepas dari fungsi-fungsi perbankan (bank) yang utama atau turunannya, maka yang perlu diperhatikan untuk dunia perbankan, ialah tujuan secara filosofis dari eksistensi bank di Indonesia. Hal ini sangat jelas tercermin dalam Pasal empat (4) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menjelaskan, ”Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”. Meninjau lebih dalam terhadap kegiatan usaha bank, maka bank (perbankan) Indonesia dalam melakukan usahanya harus didasarkan atas asas demokrasi ekonomi yang menggunakan prinsip kehati-hatian.4 Hal ini, jelas tergambar,

karena secara filosofis bank memiliki fungsi makro dan mikro terhadap proses pembangunan bangsa.

2.1.2. Fungsi dan Tujuan Bank

Bank merupakan Lembaga keuangan yang bertindak sebagai peraturan daam perpindahan dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana, dapat kita lihat bahwa fungus bank disini sangat penting bagi masyarakat.

Dalam pasal 3 dan 4 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan bahwa fungsi dan tujuan bank :

1) Fungsi utama Perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dana penyalur dana masyarakat.
2) Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kea rah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Tiga kelompok utama Institusi keuangan bank komersial, lembaga tabungan, dan *credit unions* yang juga disebut lembaga penyimpanan karena sebagian besar dananya berasal dari simpanan nasabah. Bank-bank komersial adalah kelompok terbesar lembaga penyimpanan bila diukur dengan besarnya aset. Mereka melakukan fungsi serupa dengan lembaga-lembaga tabungan dan *credit unions*, yaitu, menerima deposito (kewajiban) dan membuat pinjaman (Namun, mereka berbeda dalam koposisi aktiva dan kewajiban, yang jauh lebih bervariasi).

Perbandingan konsentrasi aset ukuran bank, menunjukkan bahwa konsolidasi perbankan tampaknya telah mengurangi pangsa aset bank paling kecil (aset di bawah $ 1 miliar). Bank-bank ini dengan aset dibawah $ 1 milliar cenderung mengkhususkan diri pada ritel atau c*ustomer banking*, seperti memberikan hipotek perumahan, kredit konsumen dan deposito local. Sedangkan aset bank yang relatif lebih besar (dengan aset lebih dari $ 1 miliar), terdiri dari dua kelas adalah **bank regional** atau **super regional**. Mereka terlibat dalam grosir yang lebih kompleks tentang kegiatan komersial perbankan, meliputi kredit konsumen dan perumahan serta pinjaman komersial dan industri (*D & I Lending*), baik secara regional maupun nasional. Selain itu, bank - bank besar memiliki akses untuk membeli dana (*fund*) - seperti dana antar bank atau dana pemerintah (*federal funds*)- untuk membiayai pinjaman dan kegiatan investasi mereka. Namun, beberapa bank yang sangat besar memiliki sebutan yang berbeda, yaitu **Bank Sentral**.

Saat ini, lima organisasi perbankan membentuk kelompok Bank Sentral,yaitu: Bank NewYork, *DeutscheBank* (melalui akuisisi bankir-bankir saling mempercayai), Citigroup, JP Morgan, dan Bank HSBC di Amerika Serikat. Namun, jumlahnya telah menurun akibat *megamergers*. Penting untuk diperhatikan bahwa, aset atau pinjaman tidak selalu menjadi indikator suatu bank adalah bank sentral. Tapi, gabungan dari lokasi dengan ketergantungan pada sumber nondeposit atau pinjaman dana.Secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai

agent of trust, agent of development dan *agent of services.*

1. Agen kepercayaan (*Agent of trust)*

   Dasar utama perbankan adalah kepercayan *(trust),* baik dalam hal menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uang tidak akan disalah gunakan oleh bank, uang akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut dan pada saat yang dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank. Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya kepada debitur atau masyarakat apabila dilandasi unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa bahwa debitur tidak akan menyalah gunakan pinjamannya, debitur akan mengelola dana dengan baik, debitur mempunyai kemampuan untuk membayar pada saat jatuh tempo, dan debitur mempunyai niat baik untuk mengembalikan pinjaman tersebut beserta kewajiban lainnya pada saat jatuh tempo.

2.1.3. Jenis-jenis Bank

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbakan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Jika kita melihat jenis perbankan sebelum keluar Undang-Undang Perbankan No. 10 Tabun 1998 dengan sebelumnya, yaitu Undang-Undang No.14 Tahun 1967, maka terdapat beberapa perbedaan. Namun, kegiatan utama pokok bank sebagai Lembaga keuangan yang menghimpun dana

dari masyarakat dan menyalurkan dana tidak berbeda satu sama lainnya.

Perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi bank, serta kepemilikan bank. Dari segi fungsi perbedaan yang terjadi terketak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Sedangkan kepemilikan perusahan dilihat dari segi pemilikan saham yang ada serta akta pendiriannya.

Adapun jenis perbankan jika di tinjau dari berbagai segi yaitu :

1. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, maka jenis bank terdiri dari dua jenis yaitu :
   a. Bank Sentral

      Yaitu sebuah badan keuangan milik negara yang bertanggung jawab dalam mengatur dan mengawasi berbagai kegiatan Lembaga-lembaga keuangan dan memastikan agar kegiatan badan-badan keuangan tersebut dapat meningkatkan stabilitas ekonomi.

   b. Bank Umum

      Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah 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 di seluruh

wilayah. Bank umum juga disebut bank komersih (*commercial bank)*.

c. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Artinya disini BPR jauh lebih sempit jiga dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2. Segi Kepemilikannya

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

Jenis bank dilihat dari segi kepemilikan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Bank Milik Negara

Misalnya Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Tabungan Negara (BTN).

b. Bank Milik Swasta Nasional

Bank Muamalat, Bank Central Asia (BCA), Bank Bumi Putra, Bank Danamon, Bank Permata, dan lainnya.

c. Bank Campuran

ABN AMRO bank, Deutsche Bank, American Express Bank,

City bank, dan lainnya.

3. Segi Status

Dilihat dari ukuran kemampuan sebuah bank dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, untuk memperoleh status tersebut diperlukan penilaian dengan kriteria tersebut,

Status bank yang dimaksud adalah sebagai berikut :

a. Bank devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhann misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, pembukaan dan pembayaran *latter of credit* dan transaksi lainnya.

b. Bank Non Devisa

Yaitu bank yang memiliki hak untuk melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer uang ke luar negeri, inkaso keluar negeri dan lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

4. Jenis Bank Berdasarkan Cara Menentukan Harga

a. Bank dengan Prinsip Konvensional

Yaitu jenis bank yang menggunakan metode penetapan harga sesuai tingkatan suku bunga (spread base) dan menghitung

biaya-biaya yang diperlukan (fee base). Dalam mecari keuntungan dan menentukan harga kepada para nasabahnya, bank yang berdasarkan prinsip konvesnional ada dua metode yaitu menetapkan bunga sebagai harga, untuk jasa-jasa bank.

b. Bank dengan prinsip Syariah

Yaitu bank yang menerapkan prinsip Syariah dengan perjanjian sesuai hukum islam dalam penyimpanan dana, atau kegiatan lainnya. Penentuan biaya-biaya jasa bank lainnya bagi bank berdasarkan prinsip-prinsip Syariah dasar hukumnya adalah Al-Qur'an dan sunnah rasul. Bank berdasarkan prinsip Syariah mengharamkan penggunaan harga produknya dengan bunga tertentu. Bagi bank yang berdasarkan prinsip Syariah bunga adalah riba.

2.1.4. Pengertian Strategi

Strategi adalah cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan, strategi tidak hanya sekedar perencanaan, tetapi lebih dari itu bahwa strategi adalah perencanaan menyeluruh (unified), komprehensip, dan integral. Menyeluruh artinya strategi tersebut melibatkan semua bagian atau unit kerja yang ada dalam perusahaan secara Bersama-sama. Komprehensip artinya mencakup semua aspek utama perusahaan. Integral artinya semua bagian dari perencanaan harus saling terkait satu dengan yang lainnya.

Menurut Siagian (2004:15) "Menyatakan bahwa strategi adalah

serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut".

Strategi yang dibuat harus terintegrasi dengan pelaksaan, atau dengan kata lain tercapainya suatu tujuan tergantung pada strategi dan pelaksaannya. Strategi yang baik tapi pelaksaannya tidak baik atau sebaliknya, akan mengarah pada timbulnya masalah. Strategi juga dapat menghasilkan sumber-sumber daya yang nyata, tidak hanya berupa pendapatan atau keuntungan, tetapi juga sumber daya yang tidak berwujud atau intangible, seperti reputasi, komitmen individua tau karyawan, identitas merek dan lainnya.

Strategi adalah kesuluruhan dari upaya, dalam mencapai sasaran dan mengarah ke pengembangan rencana marketing yang lebih lengkap. Strategi ini mengkhususkan diri pada arah yang dituju dan sepenuhnya saling mendukung realistic dan dapat dituangkan kedalam rencana pemasaran yang jelas.

2.1.5. Pengertian Pemasaran

Pemasaran ada di mana-mana. Secara formal atau informal, orang dan organisasi terlibat dalam sejumlah besar aktivitas yang dapat kita sebut sebagai pemasaran. Pemasaran yang baik telah menjadi elemen yang semakin vital untuk kesuksesan bisnis. Pemasaran melekat dalam setiap hal yang kita lakukan dari pakaian yang kita pakai, situs Internet yang dapat dilihat, hingga iklan yang dapat kita lihat.

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien dibandingkan pesaing.

2.1.6. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2004:81) “Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran”.

Strategi pemasaran merupakan turunan dari strategi bisnis perusahaan, secara umum bisnis bank berorientasi pada keuntungan dan pertumbuhan dan kesenambungan yang tercermin dari perolehan laba, kenaikan asset yang berkualitas dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain. Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun tetap akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya.

Tujuan dari strategi pemasaran adalah :

a. Untuk peningkatan kualitas koordinasi dalam tim pemasaran.
b. Untuk mengukur hasil dari suatu pemasaran tersebut.
c. Untuk memberikan dasar yang logis dalam pengambilan keputusan.
d. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi.

Berikut ini akan akan dijelaskan secara singkat secara singkat mengenai masing-masing unsur dari strategi pemasaran yang sebagai berikut :

1. Produk *(Product)*

   Produk secara umum diartikan sebagai suatau yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakana sebagai produk. Produk yang di ingginkan nasabah adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Semakin lengkap produk yang di tawarkan maka akan semakin baik. Yang perlu diperhatikan dalam strategi produk ini adalah mengembangkan produk baru, hal ini harus dilakukan karena persaingan antar bank yang semakin ketat disebabkan nasabah cukup kritis dan pandai membanding-mandingkan produk bank yang satu dengan yang lainnya.

2. Harga *(price)*

   Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang di tawarkan. Dalam perbankan penetapan harga adalah penetapan tingkat suku bunga yang terjadi dari bunga simpanan dan Bunga kredit. Bunga simpanan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan kepada nasabah sedangkan bunga pinjaman merupakan pendapatan yang diterima dari nasabah.

3. Tempat *(place)*

   Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu, system transportasi perusahaan, system penyimpanan, pemilihan saluran distribusi. Penentun lokasi bagi industry perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang. Penentuan lokasi kantor cabang bank dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pila sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank. Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah salam mengalisi akan berakibat meningkatnya biasa yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk

berhubungan dengan bank.

4. Promosi *(promotion)*

   Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Kegiatan ini adalah kegiatan yang yang penting dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung.

   Tanpa promosi jangan berharap nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mampertahankan nasabahnya.

5. Sumber Daya Manusia *(people)*

   People merupakan asset utama dalam industry jasa, terlebih lagi bisnis yang membutuhkan sumber daya dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal.Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan.

6. Proses/ Aktivitas Bisnis *(procees)*\

   Layana jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Untuk menjamin mutu layana seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan system dan prosedur yang berstandar oleh kayawan yang berkopentensi.

7. Bukti Fisik perusahaan *(physical evidence)*

   Building merupakan bukti fisik, karakteristik yang menajdi persyaratan yang bernilai tambah lagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakteristik. Bangunan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjung, khususnya untuk sebuah perusahaan dengan target market dengan selera tertentu.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keselutuhan penggunaan konsep bauran pemasaran *(marketing mix)* untuk produk jasa terdiri dari 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi/saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses).

2.1.7. Pengertian Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (1996:274) A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption and that might satisfy a want or need". Artinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

2.1.8. Pengertian Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, pengertian tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat

dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut kasmir (2008:34), *"tabungan merupakan simpanan pada bank yang penarikannya sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank".* Penarikan tabungan dilakukan menggunakan buku tabungan, slip penarikan, kuintansi atau kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Kepada pemegang rekening tabungan tabungan akan diberikan buku tabungan yang merupakan jasa atas tabungannya. Sama seperti halnya dengan rekening giro, besarnya bunga tabungan tergantung dari bank yang bersangkutan. Dalam praktiknya bunga tabungan lebih besar dari jasa giro.

Dari beberapa pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa tabungan adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Dalam praktik perbankan di Indonesia desas ini terdapat beberapa jenis-jenis tabungan. Perbedaan jenis tabungan ini hanya terletak pada fasilitas yang di berikan kepada si penabung. Dengan demikian maka si penabung mempunyai bank pilihan.

2.1.9. Manfaat Tabungan

1. Manfaat yang diperoleh untuk bank itu sendiri, yakni:
   a. Tabungan menjadi salah satu sumber dana bagi bank tersebut dan

bisa dipakai untuk menunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan (laba).

b. Tabungan bisa menjadi penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas dan banyak produk lainnya.

c. Untuk membantu program pemerintah setempat dalam memajukan pertumbuhan ekonomi.

d. Meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat agar menyimpan uang atau hartanya di bank.

2. Menabung bisa dijadikan sebagai salah satu investasi, karena dengan menanbung kita bisa untuk menghadapi berbagai kemungkinan yang akan terjadi di masa depan.

2.1.10. Jenis-jenis Tabungan

1. Tabungan Konvensional

Hampir tiap orang pasti sudah memiliki tabungan yang satu ini. Dengan tabungan ini semua orang bisa melakukan penyetoran tunai, tarik tunai, transfer, pembayaran tagihan, dan masih banyak lagi.

Tabungan konvensional memiliki fasilitas yang akan memudahkan transaksi keuangan diantaranya kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang bisa digunakan di berbagai tempat, fasilitas E-Banking diantaranya mobile banking, internet banking, sms banking yang bisa digunakan diberbagai macam handphone. Selain itu akan

mendapatkan bunga sekitar 0% – kurang dari 3% jika menabung di tabungan konvensional. Bunga 0% diterapkan pada jumlah tabungan yang kecil biasanya kurang dari 1 juta.

2. Tabungan Berjangka

Tidak seperti tabungan konvensional, tabungan berjangka tidak boleh diambil sewaktu-waktu. Karena ada jangka waktunya telah disepakati di awal pembukaan.

Untuk jangka waktunya bisa memilihnya diantaranya adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Jadi baru bisa mengambilnya ketika telah mencapai jangka waktu yang di pilih.

Tabungan berjangka ini menghasilkan return atau imbal balik yang lebih besar dari tabungan konvensional karena bunga yang ditawarkan lebih besar dari tabungan konvensional yaitu 3 % hingga 7%.

3. Tabungan Bisnis

Tabungan bisnis atau sering disebut dengan “Rekening Giro” adalah tabungan yang diperuntukan menyimpan uang dari perusahaan atau bisnis.Berbeda dengan tabungan konvensional yang akan mendapat buku tabungan, pada tabungan jenis ini tidak mendapatkan buku tabungan melainkan akan mendapatkan rekening koran yang berisi transaksi selama satu bulan. Untuk melakukan transaksi tabungan giro ini menggunakan cek dan bilyet giro.Cek adalah sebuah kertas yang diterbitkan oleh Bank

Indonesia yang di dalamnya terdapat perintah tertulis dari nasabah kepada bank untuk menarik dananya dengan jumlah tertentu atas namanya (atas unjuk).Sedangkan Bilyet giro adalah hampir sama dengan cek namun disini perintahnya bukan menarik melainkan memindah bukukan sejumlah dana dari rekening tersebut kepada rekening penerima.

4. Tabungan Haji

   Tabungan haji adalah jenis tabungan yang diberikan oleh bank untuk memudahkan nasabahnya melaksanakan ibadah haji. jika berniat membuka tabungan ini maka akan diwajibkan menyetorkan uang mulai dari 100-500 ribu per bulannya. Setelah terkumpul sekitar 25 juta atau sesuai jumlah yang telah ditentukan oleh bank, maka bisa mendaftarkan keberangkatan haji ke Kementrian Agama.

5. Tabungan Investa

   Biasanya tabungan ini memiliki induk tabungan dari suatu broker atau pialang saham dan nasabahnya akan mendapatkan Rekening Dana Investor (RDI) yang akan digunakan untuk bertransaksi dan menerima hasil keuntungan dari investasi tersebut.

6. Tabungan Mata Uang Asing (Valas)

   Selain itu tabungan ini bisa jadikan untuk investasi, misalanya ketika harga dollar turun bisa membelinya pada saat harga dollar naik maka akan memperoleh keuntungan dari harga jual dan harga

beli.

7. Tabungan Rencana

   Tabungan rencana ini hampir mirip dengan deposito yang sistemnya berjangka, artinya tabungan itu hanya bisa diambil dengan jangka waktu tertentu.

   Salah satu contoh dari tabungan rencana adalah tabungan pendidikan yang dipergunakan untuk biaya pendidikan anak di masa yang akan datang.

8. Tabungan Anak

   Untuk mendukungnya kini banyak bank yang telah membuka tabungan khusus untuk anak. Dengan adanya tabungan ini diharapkan agar banyak anak-anak yang lebih rajin menabung. Nantinya setiap anak yang membuka tabungan ini akan diberi buku tabungan dan kartu ATM dengan tampilan tokoh kartun yang banyak digemari.

   Dengan pemberian buku tabungan dan ATM tersebut akan menambah kebanggaan anak tersebut karena biasanya mereka akan senang telah memilikinya seperti layaknya orang dewasa. Untuk setoran awal dan setoran selanjutnya terbilang ringan dan sesuai untuk anak-anak. Biaya administrasinya pun sangat ringan

   Selain itu biasanya bank juga mewajibkan orang tuanya untuk membuka rekening induk di bank tersebut. Terkadang biaya administrasi tabungan anak diambilkan dari rekening orang tuanya

agar tidak memberatkan tabungan anak itu.

2.2. Pendekatan Masalah

Di Indonesia perkembangan dalam dunia perbankan dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang pesat dan dapat membantu meningkatkan pertumbungan ekonomi di Indonesia, karena berkembangnya perkembangan teknologi di dunia perbankan maka perkembangan produk-produk yang ada di perbankan semakin berkembang sehingga setiap perbankan pastinya harus menguatkan strategi pemasaran produk tabungannya untuk menguatkan atau untuk membedakan antara produk perbankan yang satu dengan produk perbankan yang lainnya pasti perusahaan perbankan perlu memiliki pemasaran yang berbeda-beda. Di era modern seperti ini di Indonesia hampir semua Lembaga keuangan khususnya perbankan berlomba-lomba membuat strategi untuk menarik minat nasabahnya. Dengan adanya program yang menarik diyakini menjadi strategi yang sangat baik untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank Tabungan Negara.

PT.Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya merupakan bentuk nyata dari sekian banyak Bank di Indonesia (Bank Konvensional). Dalam kegiatan usahannya PT.Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya menyediakan produk-produk menarik bagi penyimpan dana ataupun bagi yang belum menyimpan dana dengan disertai tawaran produk-produk menarik bagi masyarakat yang ingin menyimpan dananya di BTN. Strategi pemasaran secara teori pada umumnya

Strategi pemasaran merupakan turunan dari strategi bisnis perusahaan, secara umum bisnis bank berorientasi pada keuntungan dan pertumbuhan dan kesenambungan yang tercermin dari perolehan laba, kenaikan asset yang berkualitas dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Strategi pemasaran yang lazim dilakukan oleh perusahaan adalah strategi pemasaran marketing mix dengan cara melakukan promosi produk-produk yang ada di Bank Tabungan Negara. Maka kepala kantor cabang kantor kas padayungan melakukan survey ke daerah-daerah yang masyarakatnya mempunyai loyalitas yang tinggi. Promosi yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan tidak hanya melakukan survey dengan mengunjungi daerah-daerah tertentu tetapi juga bisa dilakukan dengan media sosial, ataupun media cetak.

Keunggulan strategi pemasaran di Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan adalah melakukan promosi dengan melakukan event-event, event yang dilakukan oleh Bank Tabungan negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya menyesuaikan dengan tempat tersebut. Semua strategi pemasaran produk tabungan di Bank Tabungan Negara Kantor Kas Padayungan Tasikmalaya dilakukan dengan cara promosi hanya saja yang membedakannya adalah tempat atau wilayah dari setiap masyarakat tersebut.