

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Bank

Di Indonesia ini terdapat banyak sekali bermunculan perbankan dengan kemudahan teknologi dan perkembangan zaman yang semakin canggih ini, di dunia perbankan saat ini bermunculan bank diantaranya banyaknya UUS (Unit Usaha Syariah), BUS (Bank Umum Syariah), Konvensional maupun Syariah. Berikut pembahasannya: “Bank adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan yang melakukan kegiatannya yang berkaitan dengan dunia perbankan” (Kasmir, 2013; 24).

Menurut Undang-Undang RI No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, berikut pembahasannya: “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” (Kasmir, 2004; 24).

2.2 Jenis-jenis Bank

Di Indonesia terdapat beberapa jenis bank sebagai berikut :

2.2.1 Jenis bank berdasarkan pada fungsinya:

Berikut adalah pembahasan tentang jenis-jenis bank berdasarkan pada fungsi bank :

1. Bank Sentral

Suatu lembaga keuangan yang diberikan tanggung jawab sepenuhnya untuk mengatur dan mengawasi semua kegiatan yang berkaitan dengan lembaga keuangan yang dapat menjamin tentang badan keuangan yang dapat menciptakan perekonomian yang stabil (Usman, 2009; 64).

2. Bank Umum

Bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito dan dalam usahanya terutama memberikan kredit jangka panjang (Usman, 2009; 64).

3. Bank Tabungan

Bank yang dalam pengumpulan dananya terutama menerima simpanan dalam bentuk tabungan dan dalam usahanya terutama memperbungakan dananya dalam surat berharga (Usman, 2009; 64).

4. Bank Pembangunan

Bank yang dalam kegiatannya mengumpulkan dana dan terutama menerima dananya dalam bentuk deposito dan/atau menerbitkan surat berharga dalam jangka menengah dan jangka panjang dalam usahanya terutama memberikan kredit dalam jangka panjang ataupun dalam jangka waktu menengah (Usman, 2009; 64).

5. Bank lainnya

Bank lainnya disini adalah bank yang akan diterapkan dengan peraturan undang-undang yang menurut dengan kebutuhan dan perkembangan suatu kegiatan ekonomi (Usman, 2009; 64).

2.2.2 Bank berdasarkan prinsip syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yaitu bank dikenakan melakukan usahanya berdasarkan prinsip bagi hasil. Sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah dan dapat diusahakan oleh Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Undang-Undang Perbankan yang telah diubah bahkan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang dapat menyelenggarakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

2.3 Fungsi Bank

Terdapat beberapa bank di Indonesia ini memiliki ciri khas yang berbeda dengan bank-bank yang ada di negara lainnya, berikut pembahasan fungsi dari bank :

2.3.1 *Financial intermediary*

Bank itu berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat atau melakukan pemindahan dana dari suatu unit *surplus* kepada unit *defisit* atau pemindahan uang dari penyaluran dana masyarakat tersebut.

2.3.2 Penghimpunan dan penyaluran dana sebagai tugas penyelenggaraan negara.

1. Untuk mendukung kegiatan pembangunan nasional termasuk dalam pembangunan daerah, sehingga perbankan Indonesia diarahkan ke agen dalam suatu pembangunan.
2. Tingkatkan pemerataan kesejahteraan rakyat banyak, dan bukan untuk kerjasama antar golongan individu atau perseroan saja. Selain itu juga

meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional yang dapat berpengaruh kepada kestabilan ekonomi nasional yang sehat dan dinamis, kemudian meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rakyat banyak dalam kesejahteraan taraf hidup.

3. Melindungi yang dititipkan masyarakat secara baik melindungi dengan caara yang baik dan apa yang dititipkan masyarakat kepada masyarakat dengan menerapkan prinsip kehati-hatian.
4. Untuk meningkatkan perlindungan terhadap dana yang dititipkan masyarakat yang dipercayakan kepada bank, selain itu juga penerapan ini menggunakan prinsip kehati-hatian dan juga untuk pemenuhan ketentuan sebagai syarat kesehatan bank (Ismail, 2011; 39).

2.4 Akad-akad dalam perbankan

Dalam sebuah bank syariah terdapat beberapa jenis tabungan yang sering menjadi penawaran terhadap nasabahnya, maka bank syariah memfasilitasi dengan akad yang sudah ditetapkan di bank syariah.

Berikut penjelasan tentang apa saja akad-akad tabungan yang terdapat di bank syariah :

2.4.1. Titipan atau Simpanan

Akad wa'diah adalah “transaksi penitipan dana atau barang dari pemiliknya kepada penyimpan dana ataupun barang dan penyimpan dana wajib bagi pihak penyimpan untuk mengembalikan jika sewaktu-waktu pemiliknya mengambil kembali” (Muhamad, 2017; 35).

1. *Wadiyah yad al-amanah* adalah “Titipan yang diberikan dari pemilik kepada pihak penerima titipan dan harus menjaga dan memeliharanya dan

diperkenankan untuk mengambil manfaatnya dari titipan tersebut dengan utuh dan tidak rusak” (Ismail, 2011; 60).

2. *Wadiah yad Dhamanah* adalah “ titipan yang diberikan dari pemilik kepada penerima titipan dan harus dijaga dan memeliharanya namun si penerima tidak diperkenankan untuk mengambil manfaat dari barang titipan tersebut” (Ismail, 2011; 63).

3. *Akad Mudharabah*

“Transaksi penanaman dana yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengelola dana untuk melakukan kegiatan usahanya dengan keuntungan sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak” (Muhamad, 2017; 41).

2.4.2 Bagi Hasil

1) *Al-Mudharabah*

Akad ini sering digunakan dalam perjanjian antara pemilik dana dan pelaksana usaha nasabah dan dengan bank disini sebagai perantara dan jika terdapat adanya keuntungan maka keuntungan tersebut akan di bagi sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati bersama (Arifin , 2009; 33).

2) *Al-Musyarakah*

Suatu produk syariah bank yang memberikan dan memfasilitasi kerjasama dua orang atau lebih dengan tujuan untuk meningkatkan modal bersama dengan mengembangkan berbagai aset bersama yang telah dimiliki baik dalam bentuk dana maupun dalam bentuk kemampuan (Arifin, 2009; 22).

2.4.3 Jual Beli

1. *Bai' Al-Murabahah*

Sebuah produk pengkreditan yang berbasis syariah dimana bank membeli barang yang sudah ditentukan dan diperjanjikan kemudian dipesan oleh pembeli kemudian menjualnya dengan keuntungan tertentu yang telah disepakati (Arifin, 2009; 26).

2. *Bai' As-Salam*

Dimana bank membeli sejumlah barang atau jasa yang telah dipesan oleh pemilik dana dengan syarat, jenis barang dan harga barang yang sudah jelas kemudian bank meminta sejumlah uang jika barang atau jasa yang diinginkan atau telah dipesan oleh pemilik dana telah ada (Arifin, 2009; 28).

3. *Bai' Al- Istishna'*

Bank memberikan perjanjian jual-beli dalam bentuk barang atau jasa dalam bentuk pemesanan tertentu yang dilakukan secara terpisah antara penjual dan pembeli (Arifin, 2009; 30).

2.2.4 Jasa

1. *Al-Wakalah*

Perwakilan kegiatan pengelolaan keuangan seperti pembukuan, transfer, pembelian dan sebagaimana yang diberikan pemilik dana kepada bank (Arifin, 2009; 34).

2. *Al-Kafalah*

Penjaminan pemenuhan tanggung jawab oleh pihak bank yang menjadi perantara antara dua orang yang berkewajiban dan yang berhak menerima tanggung jawab tersebut (Arifin, 2009; 34).

3. *Ar-Rahn*

Dimana bank memberikan suatu produk yang memudahkan nasabahnya untuk menukarkan barang yang bernilai dengan sejumlah uang, produk ini adalah produk gadai dengan prinsip syariah yang dimana nasabah berhak membayar uang simpanan saja (Arifin, 2009; 33).

4. *Al-Qardh*

Bank memberikan suatu jasa perbankan syariah yang berupa pinjaman uang ataupun barang yang dapat memudahkan nasabahnya dalam membuka peluang usaha atau sebagainya dengan prinsip syariah yang sesuai dengan agama Islam (Arifin, 2009; 31).

2.5 Transaksi Yang di Larang dalam Perbankan Syariah

Dalam Peraturan Bank Indonesia Pasal 2 Nomor 7/46/PBI/2005 menegaskan bahwa untuk melaksanakan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana bank syariah wajib membuat akad sesuai dengan ketentuan dalam peraturan Bank Indonesia, dan wajib ditegaskan jenis transaksi syariah yang digunakan, yaitu *wadi'ah, musharabah, musyarakah, murabahah, salam, istishna, ijarah, dan qardh*. Selain itu transaksi syariah di maksud tidak boleh mengandung unsur-unsur:

2.5.1. *Gharar*

Transaksi yang biasanya mengandung penipuan dari salah satu pihak yang melakukan hubungan transaksi untuk merugikan salah satu pihak yang bertransaksi (Usman, 2009;18).

2.5.2. *Maysir*

Transaksi yang mengandung unsur perjudian yang tidak sesuai dengan syariah Islam, seperti untung-untungan atau spekulasi yang tinggi (Usman, 2009; 18).

2.5.3. *Riba*

Transaksi yang dengan sengaja melakukan pengambilan tambahan baik dalam suatu transaksi jual beli ataupun dalam kegiatan pinjam-meminjam baik secara *batjil* atau yang bertentangan dengan ajaran Islam (Usman, 2009; 18).

2.5.4. *Zalim*

Tindakan atau perbuatan mengakibatkan kerugian dan penderitaan terhadap pihak lain untuk memperoleh keuntungan salah satu pihak saja (Usman, 2009; 18).

2.5.5. *Risywah*

Tindakan yang berupa menyogok atau suap dalam bentuk uang, fasilitas, bentuk yang lainnya yang melanggar hukum sebagai satu upaya untuk mendapatkan fasilitas atau kemudahan dalam suatu transaksi (Usman, 2009; 18).

2.5.6. Barang Haram dan Maksiat

Barang atau fasilitas yang dilarang oleh agama Islam dan syaria Islam yang dimana barang tersebut untuk diambil manfaatnya menurut ajaran Islam (Usman 2009;18).

2.6 Strategi Pemasaran

Pemasaran dalam dunia bisnis sangat penting untuk jalannya suatu bisnis. Pemasaran (*Marketing*) yaitu suatu aktivitas menawarkan barang atau jasa yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan yang dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan calon nasabah serta mengarahkan aliran barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan calon nasabah dan nasabahnya.

Pemasaran (*Marketing*) sering kali merupakan bagian dari hubungan yang dilakukan secara terus-menerus bukan hanya sekali bertransaksi saja. Pemasaran (*Marketing*) suatu perusahaan ini membantu setiap orang dalam suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya sebelum atau sesudah melakukan transaksi. Perusahaan ini juga bukan hanya mendapatkan penjualan satu barang saja, perusahaan juga mendapatkan hubungan terus-menerus dengan nasabahnya.

Biasanya dalam suatu perusahaan dalam mencapai sasarannya suatu perusahaan mencari lebih banyak peluang yang berbeda-beda dengan kemungkinan suatu perusahaan menggunakan strategi pemasaran (*Marketing Strategy*) yang menentukan target pasar, strategi ini merupakan gambaran tindakan yang akan dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai sasaran target perusahaan (Fitriati dan Cahyani, 2008; 24).