

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Umum Tentang Bank

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, 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. Berdasarkan pengertian diatas bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya segala aktifitas perbankan tak luput dari bidang keuangan. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.

Bank dikenal sebagai badan atau lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito dari masyarakat kemudian disalurkan kembali dalam bentuk pinjaman berupa kredit serta bank juga memberikan jasa bank seperti menukar uang, memindahkan uang, pembayaran listrik, air, pajak, dll. (Kasmir, 2014)

Menurut Kasmir (2008:11) bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

2.1.2 Jenis Bank

Menurut Kasmir (2014:31) jenis bank bermacam-macam tergantung pada cara penggolongannya yaitu berdasarkan hal-hal sebagai berikut :

1. Jenis Bank Berdasarkan Fungsinya

a. Menurut Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967

jenis perbankan menurut fungsinya terdiri dari :

- 1) Bank Umum
- 2) Bank Pembangunan
- 3) Bank Tabungan
- 4) Bank Pasar
- 5) Bank Desa
- 6) Lumbung Desa
- 7) Bank Pegawai
- 8) dan bank lainnya

b. Berdasarkan pasal 5 Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998

tentang perbankan, jenis perbankan terdiri dari :

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.

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.

2. Jenis Bank Berdasarkan Kepemilikannya

Ditinjau dari segi kepemilikannya maksudnya adalah dilihat dari akte pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan.

Jenisnya terdiri dari :

a. Bank milik pemerintah

Bank umum yang sahamnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank dimiliki oleh pemerintah pula.

Contoh : BNI, BRI, BTN

b. Bank milik swasta nasional

Bank yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh swasta nasional, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula.

Contoh : Bank Muamalat, Bank Central Asia, Bank Danamon, Bank Lippo, Bank Niaga, Bank Universal, Bank Internasional Indonesia,

dll.

c. Bank milik koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi.

Contoh : 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 dan kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri.

Contoh : Bank of America, Bank of Tokyo, City Bank, Deutsche Bank, Standard Chartered Bank, dll.

e. Bank milik campuran

Bank yang sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional, serta kepemilikannya mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

Contoh : Bank Sakura Swadarma, Ing Bank, Sanwa Indonesia Bank, Mitsubishi Buana Bank, dll.

3. Jenis Bank Berdasarkan Status

Kedudukan atau status ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya. Jenisnya terdiri dari :

a. Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misal transfer ke luar negeri, inkaso keluar negeri, *travellers cheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya.

b. Bank Non Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa sehingga tidak dapat melakukan transaksi seperti halnya bank devisa.

4. Jenis Bank Berdasarkan Segi Cara Menentukan Harga

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

a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Bank yang dalam mencari keuntungan atau menentukan harga kepada para nasabahnya menggunakan metode bunga dan biaya-biaya (*fee based*).

b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bank yang dalam mencari keuntungan atau menentukan harga berdasarkan prinsip bagi hasil, prinsip penyertaan modal, prinsip jual beli, prinsip sewa murni, dan prinsip pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

2.1.3 Asas, Fungsi, dan Tujuan Bank

Dalam Pasal UU Nomor 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, dinyatakan asas, fungsi, dan tujuan pada pasal 2,3, dan 4.

- a. Asas : Perbankan Indonesia dalam melakukan usahanya beraskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian.

- b. Fungsi : Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat.
- c. Tujuan : Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Bank Syariah

2.2.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pasal 1 ayat 7, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Menurut Sudarsono (2008:27), Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain di dalam lalu lintas pembayaran, serta peredaran uang yang beroperasi sesuai prinsip syariah.

2.2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah memiliki beberapa karakteristik esensial yang membedakannya dengan bank konvensional. Berikut perbedaannya dapat dibaca pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

| | Bank Konvensional | Bank Syariah |
|---|---|---|
| Fungsi dan Kegiatan Bank Mekanisme dan Obyek Usaha | Intermediasi, Jasa Keuangan | Intermediasi, Manager Investasi, Investor, Sosial, Jasa Keuangan |
| Prinsip Dasar Operasi | Tidak anti riba atau anti <i>maysir</i> | Anti riba dan anti <i>maysir</i> |
| Prioritas Pelayanan | -Bebas nilai (prinsip materialis) -Uang sebagai komoditi -Bunga | -Tidak bebas nilai (prinsip syariah islam) -Uang sebagai alat tukar dan bukan komoditi -Bagi hasil, jual beli, sewa |
| Orientasi | Kepentingan pribadi | Kepentingan publik |
| Bentuk | Keuntungan | Tujuan sosial-ekonomi Islam, keuntungan |
| Evaluasi Nasabah | Bank Komersial | Bank komersial, Bank pembangunan, Bank universal atau <i>multi-porpose</i> |
| Hubungan Nasabah | Kepastian pengembalian pokok dan bunga | Lebih hati-hati karena partisipasi dalam risiko |
| Sumber Likuiditas Jangka Pendek | Terbatas debitor-kreditor | Erat sebagai mitra usaha |
| Pinjaman yang diberikan | Pasar Uang, Bank Sentral | Terbatas |
| Lembaga Penyelesai Sengketa | Komersial dan nonkomersial, berorientasi laba | Komersial dan nonkomersial, berorientasi laba dan nirlaba |
| Risiko Usaha | Pengadilan, Arbitrase | Pengadilan, Badan Arbitrase Syariah Nasional |
| Struktur Organisasi Pengawas | -Risiko bank tidak terkait langsung dengan debitur, risiko debitur tidak terkait langsung dengan bank -Kemungkinan terjadi <i>negative spread</i> | -Dihadapi bersama antara bank dan nasabah dengan prinsip keadilan dan kejujuran -Tidak mungkin terjadi <i>negative spread</i> |
| Investasi | Dewan Komisaris | Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah, Dewan Syariah Nasional |
| | Halal atau haram | Halal |

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

2.2.3 Fungsi dan Peran Bank Syariah

Menurut Sudarsono (2012:45) fungsi dan peran bank nasabah yaitu meliputi sebagai berikut :

1. Manajer Investasi, yaitu yang mengelola investasi atas dana nasabah dengan menggunakan akad *mudharabah* atau sebagai agen investasi.
2. Investor, yaitu sebagai investor bank syariah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, sewa, atau jual beli.
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah menyediakan jasa keuangan, jasa non keuangan dan jasa keagenan.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, bank syariah berkewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola zakat serta dana-dana sosial lainnya.

2.2.4 Produk Bank Syariah

Menurut Muhammad dan Dwi Suwiknyo pada bukunya yang berjudul “Akuntansi Perbankan Syariah, (2009:31)” menjelaskan terdapat tiga kelompok produk perbankan antara lain :

1. Produk Penghimpunan Dana

Dalam penghimpunan dana pada masyarakat, pada dasarnya bank syariah melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, perbedaannya hanya terletak pada prinsip syariah yang mendasarinya.

Penghimpunan dana pada tabungan, deposito, dan giro diselenggarakan dengan akad sesuai prinsip, sebagai berikut :

a) Prinsip *Wadi'ah*

Didalam prinsip *wadi'ah* ini, nasabah berlaku sebagai peminjam. Merupakan titipan murni dari penitip yang harus dijaga dan dikembalikan kapan pun sesuai kehendak penitip.

Prinsip *wadi'ah* dikembangkan menjadi 2 jenis, yaitu :

1. *Wadi'ah Yad Amanah*

Bank bertanggung jawab penuh atas keutuhan harta titipan nasabah.

2. *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Pemilik dana yang tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.

b) Prinsip *Mudharabah*

Prinsip *Mudharabah* adalah penyimpan atau deposalan berlaku sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan bank sebagai *mudharib*. Kemudian, dana tersebut digunakan oleh bank untuk melakukan akad jual beli (*syirkah*). Jika dalam kegiatannya terdapat kerugian maka bank akan bertanggung jawab atas kerugian yang telah terjadi.

Pembiayaan *Mudharabah* dikembangkan menjadi *mudharabah mutlaqah* (investasi tidak terikat dimana nisbah bagi hasil disepakati) dan *mudharabah muqayyadah* (simpanan khusus atau investasi terikat dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat yang harus dipatuhi oleh bank). Yang merupakan dalam prinsip *mudharabah* adalah tabungan berjangka dan deposito berjangka.

2. Produk Penyaluran Dana

Dana yang telah dihimpun dari masyarakat, kemudian bank akan menyalurkan dana tersebut. Berikut beberapa produk perbankan yang ditawarkan :

a) Prinsip Jual Beli atau *Murabahah*

Keuntungan akan ditemukan di awal yang nantinya akan menjadi harga jual barang.

Bentuk pembiayaannya sebagai berikut :

1. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan dimana bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli, barang akan diserahkan dengan syarat-syarat tertentu dengan segera, sedangkan untuk pembayarannya dilakukan secara tangguh (mencicil).

2. Pembiayaan *Salam*

Jual beli dimana bank sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual dengan pemesanan barang terlebih dahulu, sedangkan untuk pembayarannya tunai di awal.

3. *Istishna*

Akad jual beli dalam bentuk pemesanan barang tertentu sesuai persyaratan dan kriteria tertentu yang telah disepakati di awal, sedangkan untuk pembayarannya bisa dicicil atau ditangguhkan.

b) Prinsip Sewa atau *Ijarah*

Prinsip sewa atau *ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu dalam pembayaran sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang tersebut. Sedangkan *Ijarah Muttahiyah Bi Timalik* merupakan akad yang sama dengan *ijarah* hanya saja terdapat perbedaan yaitu terletak pada pemindahan kepemilikan atas barang tersebut.

c) Prinsip Bagi Hasil atau *Syirkah*

a. *Musyarakah*

Akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana keuntungan atau kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

3. Produk Jasa

a) *Al-Hiwalah* (pengalihan utang-piutang)

Akad pemindahan atau transaksi pengalihan utang piutang antara pihak satu dengan pihak lainnya.

b) *Rahn* (gadai)

Menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas peminjam yang diterima.

c) *Al-Qardh* (pinjaman kebaikan)

Pemberian harta kepada orang lain (*muqtaridh*) dalam rangka membantu keuntungannya secara tepat dan berjangka pendek, yang

dapat ditagih atau diminta kembali sesuai dengan waktu yang disepakati bersama.

d) *Wakalah*

Pelimpahan kuasa atau wewenang, nasabah bertindak sebagai pemberi kuasa kepada bank syariah yang bertindak selaku pihak kedua untuk melaksanakan jasa tertentu. Nasabah yang akan bertanggung jawab sepenuhnya atas kerugian yang dilakukan.

e) *Kafalah* (Bank Garansi)

Jasa perbankan yang bertugas untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban. Didalamnya terdapat penanggung (*kafli*) dan pihak ditanggung (*manfulanhu*). Apabila pihak yang ditanggung cedera janji atau wanprestasi, secara teknis perbankan syariah memberikan jaminan kepada nasabah sehubungan dengan kontrak kerja/perjanjian yang telah disepakati antara nasabahnya sehubungan dengan pihak ketiga.

2.3 Tabungan

2.3.1 Pengertian Tabungan

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan atas Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan pasal 1 ayat 9: “Merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat yang dipersamakan dengan itu”.

Pengertian tabungan menurut Thomas Suyatno (2001:71) Tabungan adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.

2.4 Strategi Pemasaran

2.4.1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan karena merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. Strategi dibutuhkan guna memenuhi sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien. Strategi juga sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan tersebut, baik untuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Pearce II dan Robinson (2008:2), strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai suatu tujuan.

2.4.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan manajemen yang biasanya dilakukan oleh para pebisnis tertentu untuk tetap mempertahankan usaha yang mereka miliki. Kegiatan pemasaran sendiri dilakukan guna usaha mereka tetap berkembang dan bisa mendapatkan keuntungan.

Pemasaran menurut Philip Kotler (2009:7), adalah suatu proses sosial yang dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

2.4.3 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan hal penting bagi perusahaan untuk memiliki tujuan agar tetap maju dan bertahan dalam suatu kondisi tertentu. Kegiatan strategi pemasaran adalah bisa diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang memasarkan barang atau jasa yang ada di perusahaan tersebut guna mencapai tujuan dalam mempertahankan dan meningkatkan keuntungan. Sebelumnya dalam menetapkan strategi pemasaran perusahaan terlebih dahulu harus melihat posisi pasar, situasi serta kondisi.

Strategi Pemasaran menurut Sofjan Assauri (2013:15), yaitu strategi pemasaran merupakan serangkaian sasaran dan tujuan, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

2.4.4 Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran diperlukan dalam hal penghimpunan dana, salah satunya adalah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*), bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut (Alma, 2005) adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil yang paling memuaskan. Terdapat empat komponen yang mencakup dalam kegiatan *marketing mix* atau sering disebut dengan istilah 4P yaitu :

1. Strategi Produk (*product*)

Strategi produk adalah kombinasi dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar. Strategi produk (*product*) meliputi : kualitas, ragam, desain, fitur, nama merk, dan kemasan.

2. Strategi Harga (*price*)

Strategi harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Strategi harga (*price*) meliputi : daftar harga, periode pembayaran, diskon potongan harga, dan persyaratan kredit.

3. Strategi Distribusi (*place*)

Strategi distribusi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia dan terjangkau bagi pelanggan. Strategi distribusi (*place*) meliputi : lokasi, saluran, distribusi, persediaan, logistik, dan transportasi.

4. Strategi Promosi (*promotion*)

Strategi promosi adalah segala kegiatan/aktifitas yang menyampaikan manfaat produk kepada pelanggan untuk membelinya. Strategi promosi (*promotion*) meliputi : iklan dan promosi penjualan.