

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengertian Penerapan**

Penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Pengertian penerapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu proses, cara, perbuatan menerapkan, pemasangan dan perihal mempraktikan.

Menurut Mulyadi (2015:12) “Penerapan mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan”.

Menurut Nugroho (2017:158) “Penerapan adalah cara yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan”.

Menurut Wahab (2015:65) “Penerapan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan. Penerapan memiliki tiga unsur penting dan mutlak dalam menjalankannya”.

Tiga unsur dalam penerapan itu meliputi :

1. Adanya program yang dilaksanakan.
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.

Berdasarkan penjelasan unsur-unsur penerapan di atas maka penerapan dapat terlaksana apabila adanya program-program yang memiliki sasaran serta dapat memberi manfaat pada target yang ingin dicapai dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik oleh target.

## **2.2 Bank**

### **2.2.1 Pengertian Bank**

Masyarakat modern saat ini seperti tak bisa terlepas dari peran pentingnya perbankan. Mulai dari menyimpan, meminjam, hingga melakukan transaksi-transaksi keuangan, semuanya menggunakan jasa bank sebagai perantara.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 “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”.

Menurut Kasmir (2017:24) “Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya”.

Menurut Taswan (2015:10) ”Bank adalah lembaga yang berperan sebagai lembaga keuangan (*financial intermediary*) antara pihak-pihak yang kelebihan dana (*surplus spending unit*) dengan mereka yang

membutuhkan dana (*deficit spending unit*) serta berfungsi untuk memperlancar lalu lintas pembayaran giral”.

Berdasarkan definisi bank tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa bank ialah suatu badan usaha yang kegiatan utamanya ialah sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang kekurangan dana.

### **2.2.2 Fungsi Bank**

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai lembaga keuangan (*financial intermediary*).

Menurut Latumaerissa (2017:135) fungsi bank adalah sebagai berikut :

#### **1. Agen Kepercayaan (*Agent of Trust*)**

Fungsi ini menunjukkan bahwa aktivitas *intermediary* yang dilakukan oleh dunia perbankan dilakukan berdasarkan asas kepercayaan, artinya kegiatan pengumpulan dana yang dilakukan oleh bank tentu harus didasari rasa percaya dari masyarakat terhadap kredibilitas dan eksistensi dari masing-masing bank yang bersangkutan. Kepercayaan itu berkaitan dengan masalah keamanan dana masyarakat yang ada di bank.

## 2. Agen Pembangunan (*Agent of Development*)

*Agent of Development* yaitu lembaga yang memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi disuatu negara. Kegiatan bank berupa penghimpun dan penyalur dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sektor riil. Kegiatan bank tersebut antara lain memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, kegiatan distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan jasa, mengingat bahwa kegiatan investasi, distribusi dan konsumsi tidak dapat dilepas dari adanya penggunaan uang. Kelancaran kegiatan investasi, distribusi dan konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

## 3. Agen Pelayanan (*Agent of Service*)

Industri perbankan adalah lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan maupun jasa non keuangan. Sebagai bank, disamping memberikan pelayanan jasa keuangan, bank juga turut serta dalam memberikan jasa pelayanan lain seperti jasa transfer, jasa kotak pengaman (*safety box*), inkaso (*collection*) dan lain sebagainya.

### **2.2.3 Kegiatan-Kegiatan Bank Umum**

Dalam praktiknya perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan. Namun kegiatan utama bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dananya kembali ke masyarakat tidak berbeda satu sama lainnya.

Menurut Kasmir (2017:38-40) kegiatan bank umum secara lengkap meliputi kegiatan sebagai berikut :

1. Menghimpun Dana (*Funding*)

Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Simpanan sering disebut dengan nama rekening atau *account*. Jenis-jenis simpanan yang ada diantaranya simpanan giro, tabungan, dan deposito.

2. Menyalurkan Dana (*Lending*)

Menyalurkan dana merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal dengan nama kegiatan *Lending*. Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank dilakukan melalui pemberian pinjaman yang dalam masyarakat lebih dikenal dengan nama kredit.

Kredit yang diberikan oleh bank terdiri dari beragam jenis, tergantung dari kemampuan bank yang menyalurkannya. Demikian pula dengan jumlah serta tingkat suku bunga yang ditawarkan. Secara umum jenis-jenis kredit ditawarkan meliputi kredit investasi, kredit modal kerja, kredit perdagangan, kredit produktif, kredit konsumtif, dan kredit profesi.

### 3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Service*)

Jasa-jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana. Sekalipun sebagai kegiatan penunjang, kegiatan ini sangat memberikan keuntungan bagi bank dan nasabahnya bahkan kegiatan ini memberikan kontribusi keuntungan yang tidak sedikit bagi bank apalagi keuntungan dari *spread based* semakin mengecil, bahkan cenderung negatif *spread* (bunga simpanan lebih besar dari bunga kredit). Dalam praktiknya jasa-jasa bank yang ditawarkan yaitu kiriman uang (transfer), kliring, inkaso, *safe deposit box*, bank card, bank garansi, *letter of credit*, cek wisata dan lain sebagainya.

#### **2.2.4 Jenis-Jenis Bank**

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan.

Menurut Kasmir (2017:31-37) jenis- jenis bank dapat dilihat dari berbagai segi antara lain :

##### 1. Jenis bank jika dilihat dari segi fungsinya :

Menurut Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 jenis perbankan menurut fungsinya terdiri dari Bank Umum, Bank Pembangunan, Bank Tabungan, Bank Pasar, Bank Desa, Bank Lumbung Desa dan Bank Pegawai. Namun setelah adanya Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 7 tahun 1992 dan diubah lagi

menjadi Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 maka jenis bank 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. 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 sering disebut bank komersil (*commercial bank*).

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

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

2. Jenis bank jika dilihat dari segi kepemilikannya :

a. Bank Milik Pemerintah

Bank Milik Pemerintah yaitu bank yang akte pendiriannya maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuntungan bank ini akan dimiliki oleh pemerintah seperti Bank Pembangunan Daerah (BPD) DKI Jakarta. Dalam hal ini seluruh

modal dan juga keuntungannya akan menjadi milik pemerintah. Meskipun demikian Bank Pemerintah juga bisa dimiliki oleh masyarakat luas yaitu dengan cara Bank Pemerintah ini melakukan IPO (*Initial Public Offering*) dengan demikian saham bank sebagian dapat dijual ke publik sehingga pemiliknya bukan hanya pemerintah, tetapi bisa juga masyarakat umum.

b. Bank Milik Swasta Nasional

Bank Milik Swasta Nasional merupakan bank yang seluruh atau sebagian besarnya akte pendirinya dan modalnya dimiliki oleh swasta nasional sehingga seluruh atau sebagian besar keuntungannya akan menjadi milik swasta nasional seperti Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN), Danamon, Muamalat.

c. Bank Milik Koperasi

Bank Milik Koperasi merupakan bank yang kepemilikan saham sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Seperti Bank Umum Koperasi Indonesia (Bank Bukopin)

d. Bank Milik Asing

Bank Milik Asing merupakan bank yang kepemilikannya 100% oleh pihak asing atau luar negeri di Indonesia. Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada diluar negeri, baik milik

swasta asing maupun pemerintah asing. Seperti *Bank of Amerika*, *Bank of Tokyo*, *City Bank*.

e. Bank Milik Campuran

Bank Milik Campuran merupakan bank yang sahamnya dimiliki oleh dua belah pihak yaitu dalam negeri dan luar negeri, artinya kepemilikannya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh Warga Negara Indonesia.

3. Jenis bank jika dilihat dari segi statusnya :

a. Bank Devisa

Bank Devisa merupakan bank yang melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Misalnya Transfer Keluar Negeri, Inkaso Keluar Negeri, *Travelers Cheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank Non Devisa

Bank Non Devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa. Sehingga bank non devisa hanya melaksanakan transaksi dalam batas-batas negara.

4. Jenis bank dilihat dari segi cara menentukan harganya :

a. Bank Konvensional

Bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan 2 metode, yaitu :

- 1) Menetapkan bunga sebagai harga. Penetapan bunga ini berdasarkan pada tingkat suku bunga yang biasa dikenal dengan istilah *spread based* dan berlaku untuk semua produk bank seperti simpanan (tabungan, giro, dan deposito berjangka) dan pinjaman (kredit).
- 2) Untuk jasa – jasa bank lainnya pihak bank konvensional menerapkan berbagai biaya – biaya dalam nominal atau *presentase* tertentu. Sistem pengenaan biaya ini disebut dengan istilah *fee based*.

b. Bank Syariah

Penentuan harga yang diterapkan oleh bank syariah sangatlah berbeda dengan bank konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyiapkan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

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

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah)
- 2) Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah)
- 3) Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah)
- 4) Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
- 5) Pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak oleh pihak lain (ijarah wa iqtina)

## **2.3 Kredit**

### **2.3.1 Pengertian Kredit**

Dalam kehidupan sehari-hari kata kredit bukan merupakan kata yang asing bagi masyarakat di Indonesia. Kata kredit berasal dari bahasa latin "*credere*" yang berarti kepercayaan

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 11 tentang Perbankan bahwa "Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga".

Menurut Thamrin (2018:112) "Kredit berarti pihak kesatu memberikan prestasi baik berupa barang, uang atau jasa kepada pihak

lain, sedangkan kontraprestasi akan diterima kemudian (dalam jangka waktu tertentu)”.

Menurut Kasmir (2017:85) “Kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kredit merupakan suatu fasilitas keuangan yang memungkinkan seseorang atau badan usaha untuk meminjamkan uang kepada pihak lain yang memerlukan uang yang dilandasi dengan kepercayaan antara pemberi dan peminjam kredit, kemudian pihak penerima kredit bertanggungjawab untuk membayar kembali dalam jangka waktu yang ditentukan.

### **2.3.2 Unsur-Unsur Kredit**

Unsur-unsur kredit yang utama adalah adanya orang atau badan yang memiliki uang, barang atau jasa yang bersedia untuk meminjamkan kepada pihak lain. Orang atau badan demikian lazim disebut kreditur.

Menurut Thamrin (2018:114) terkandung unsur-unsur dalam fasilitas kredit diantaranya adalah sebagai berikut :

1. **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bagi pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan benar-benar diterima kembali di masa yang akan datang sesuai dengan perjanjian kredit. Maka sebelum kredit diberikan harus dilakukan penelitian dan penyelidikan lebih

dahulu secara mendalam tentang kondisi nasabah, baik secara intern maupun ekstern.

## 2. Kesepakatan

Disamping unsur percaya didalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan anatar pemberi kredit dengan penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian di mana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing. Kesepakatan ini kemudian dituangkan dalam akad kredit dan ditandatangani kedua belah pihak sebelum kredit diberikan.

## 3. Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut dapat berupa jangka pendek di bawah 1 tahun, jangka menengah 1 sampai 3 tahun atau jangka panjang di atas 3 tahun.

## 4. Risiko

Akibat adanya tenggang waktu, maka pengembalian kredit akan memungkinkan suatu risiko tidak tertagihnya suatu pemberian kredit. Semakin panjang jangka suatu jangka waktu kredit maka semakin besar risikonya, demikian pula sebaliknya. Risiko ini menjadi tanggungan bank, baik risiko yang disengaja oleh nasabah, maupun risiko yang tidak disengaja, misalnya karena bencana alam.

## 5. Balas jasa

Bagi bank jelas merupakan keuntungan atau pendapatan atas pemberian suatu kredit. Dalam bank jenis konvensional balas jasa dikenal dengan nama bunga. Di samping balas jasa dalam bentuk bunga juga membebankan kepada nasabah biaya administrasi kredit yang juga merupakan keuntungan bank. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah balas jasanya ditentukan dengan bagi hasil.

### 2.3.3 Tujuan Kredit

Menurut Thamrin (2018:115) pemberian suatu fasilitas kredit mempunyai beberapa tujuan yang hendak dicapai yang tentunya tergantung dari tujuan bank itu sendiri. Tujuan pemberian kredit juga tidak akan terlepas dari misi bank tersebut didirikan.

Dalam praktiknya tujuan pemberian suatu kredit adalah sebagai berikut :

#### 1. Mencari keuntungan

Tujuan utama pemberian kredit adalah untuk memperoleh keuntungan. Hasil keuntungan ini diperoleh dalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah. Keuntungan ini penting untuk kelangsungan hidup bank serta memperluas usaha bank.

## 2. Membantu usaha bank

Tujuan selanjutnya adalah untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan dana tersebut, maka pihak debitur akan dapat mengembangkan dan memperluas usahanya. Dalam hal ini baik bank maupun nasabah sama-sama diuntungkan.

## 3. Membantu pemerintah

Tujuan lainnya adalah membantu pemerintah dalam berbagai bidang. Bagi pemerintah semakin banyak kredit yang disalurkan oleh pihak perbankan, maka semakin baik mengingat semakin banyak kredit berarti adanya aliran dana dalam rangka peningkatan pembangunan di berbagai sektor, terutama sektor riil.

### **2.3.4 Fungsi Kredit**

Menurut Kasmir (2017:89) bahwa selain memiliki tujuan pemberian suatu fasilitas kredit, juga memiliki suatu fungsi yang sangat luas, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Untuk meningkatkan daya guna uang

Dengan adanya kredit dapat meningkatkan daya guna uang, maksudnya jika uang hanya disimpan saja di rumah tidak akan menghasilkan sesuatu yang berguna. Dengan diberikannya kredit uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa

oleh penerima kredit. Kemudian juga dapat memberikan penghasilan tambahan kepada pemilik dana.

2. Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

Dalam hal ini uang yang diberikan akan beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya, sehingga suatu daerah yang kekurangan uang, dengan memperoleh kredit maka daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah lainnya.

3. Sebagai alat stabilitas ekonomi

Dengan memberikan kredit dapat dikatakan sebagai alat stabilitas ekonomi karena dengan adanya kredit yang diberikan akan menambah jumlah barang yang diperlukan oleh masyarakat.

4. Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan

Semakin banyak kredit yang disalurkan maka akan semakin baik, terutama dalam hal peningkatan pendapatan.

### **2.3.5 Jenis-Jenis Kredit**

Kredit yang diberikan bank untuk masyarakat terdiri dari berbagai jenis, sehingga masyarakat dapat memutuskan mana kredit yang akan dipilihnya sesuai dengan keperluan dan kebutuhannya.

Menurut Thamrin (2018:116-118) menyebutkan bahwa jenis-jenis kredit antara lain adalah :

1. Dilihat dari sifat penggunaannya :

a. Kredit Investasi

Kredit investasi ini digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek baru serta untuk keperluan rehabilitasi.

b. Kredit Modal Kerja

Digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Contoh kredit modal kerja yaitu sebagai modal untuk membeli bahan baku, membayar gaji karyawan atau biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan

2. Dilihat dari tujuannya :

a. Kredit Produktif

Kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha, produksi atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa.

b. Kredit Konsumtif

Kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi, dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan oleh pribadi atau badan usaha.

c. Kredit Perdagangan

Kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut.

### 3. Dilihat dari jangka waktu

#### a. Kredit Jangka Pendek

Kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama 1 tahun dan biasanya digunakan untuk modal kerja.

#### b. Kredit Jangka Menengah

Kredit ini memiliki jangka waktu 1-3 tahun, biasanya untuk modal investasi.

#### c. Kredit Jangka Panjang

Kredit yang masa pengembaliannya paling panjang yaitu di atas 3-5 tahun, kredit ini biasanya digunakan untuk investasi jangka panjang.

### 4. Dilihat dari jaminannya

#### a. Kredit dengan jaminan

Kredit yang diberikan dengan suatu jaminan, jaminan tersebut dapat berbentuk barang berwujud atau tidak berwujud.

#### b. Kredit tanpa jaminan

Merupakan kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha dan karakter serta loyalitas atas nama baik calon debitur selama ini.

### 5. Dilihat dari segi sektor usaha terdiri dari Kredit Pertanian, Kredit

Peternakan, Kredit Industri, Kredit Pertambangan, Kredit Pendidikan,

Kredit Profesi, Kredit Perumahan dan sektor-sektor lainnya.

## **2.4 Pensiun**

### **2.4.1 Pengertian Pensiun**

Pensiun merupakan seseorang yang sudah tidak bekerja lagi karena usianya sudah lanjut dan harus diberhentikan ataupun atas permintaan sendiri (pensiun muda).

Menurut Undang-Undang No. 43 Tahun 1999 “Pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada Negara”.

Menurut Kasmir (2017:286) “Pensiun adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau ada sebab lain sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan. Biasanya penghasilan diberikan dalam bentuk uang dan besarnya tergantung dari peraturan yang telah ditetapkan”.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat dijelaskan bahwa pensiun adalah status seseorang yang telah berakhir masa kerjanya di tempat ia bekerja sebelumnya, kemudian mendapatkan penghasilan setelah bekerja. Penghasilan ini merupakan balas jasa atas pengabdianya bekerja kepada negara selama sekian tahun, berupa uang yang dapat diambil setiap bulannya atau diambil sekaligus hal ini tergantung dari kebijakan yang terdapat dalam suatu perusahaan.

### 2.4.3 Tujuan Program Pensiun

Pelaksanaan program pensiun tentunya mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Tujuan ini dapat dilihat dari dua pihak yang terlibat yaitu antara pemberi kerja dengan karyawannya sendiri yang masing-masing memiliki maksud tersendiri.

Menurut Kasmir (2017:288) tujuan program pensiun adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Pemberi Kerja

##### a. Kewajiban Moral

Kewajiban moral dimana perusahaan maupun instansi yang telah memberi pekerjaan memberikan rasa aman kepada mantan pegawai atau karyawannya. Kewajiban moral tersebut diwujudkan dengan memberikan jaminan ketenangan atas masa depan para karyawannya.

##### b. Loyalitas

Loyalitas dimana karyawan akan memberikan dampak positif pada perusahaan. Karyawan akan termotivasi untuk bekerja lebih baik dengan loyalitas dan dedikasi yang tinggi. Loyalitas tersebut akan semakin besar dengan jaminan keamanan yang diterima oleh karyawan.

##### c. Kompetisi

Kompetisi pasar tenaga kerja dengan tawaran manfaat yang kompetitif bagi para karyawan, perusahaan akan dapat

mempertahankan karyawan yang berkualitas. Di era yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan bersaing untuk mendapatkan tenaga yang profesional.

## 2. Bagi Karyawan

### a. Rasa aman di masa yang akan datang

Karyawan berharap mendapatkan jaminan ekonomis atas penghasilan yang diterima setelah memasuki masa pensiun.

### b. Kompensasi yang lebih baik

Karyawan akan mempunyai tambahan kompensasi meskipun baru bisa dinikmati pada saat mencapai usia pensiun atau berhenti bekerja.

### **2.4.3 Jenis-Jenis Pensiun**

Jenis-jenis pensiun yang ditawarkan dapat dilihat dari berbagai kondisi atau dapat pula disesuaikan dengan kondisi yang ada. Menurut Kasmir (2017:289) secara umum jenis pensiun yang dapat dipilih oleh karyawan yang akan menghadapi pensiun adalah sebagai berikut :

#### 1. Pensiun Normal

Pensiun normal merupakan pensiun yang diberikan untuk karyawan yang usianya telah mencapai masa pensiun seperti yang telah ditetapkan oleh masing-masing perusahaan.

## 2. Pensiun Dipercepat

Pensiun dipercepat merupakan jenis pensiun untuk situasi dan kondisi tertentu, misalnya karena adalah dalam suatu perusahaan terdapat pengurangan karyawan, sehingga banyak karyawan yang dipensiunkan dini oleh perusahaan.

## 3. Pensiun Ditunda

Pensiun ditunda merupakan pensiun yang diberikan kepada karyawan yang meminta pensiun sendiri, akan tetapi usia pensiun belum memenuhi untuk pensiun sehingga dana pensiunnya baru dibayar pada saat pensiunannya tercapai.

## 4. Pensiun Cacat

Pensiun cacat merupakan pensiun yang diberikan bukan karena usia, tetapi lebih disebabkan peserta mengalami kecelakaan sehingga dianggap tidak mampu lagi untuk dipekerjakan. Pembayaran pensiun biasanya tetap dihitung berdasarkan rumus manfaat pensiun normal dimana masa kerja diakui seolah-olah karyawan tersebut pensiun di usia pensiun normal.

## **2.5 Pemasaran**

### **2.5.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk terus mengembangkan bisnis mereka. Sebuah perusahaan akan sulit untuk berkembang bila tidak mampu

menjalankan kegiatan pemasaran dengan efektif. Hal ini dikarenakan kegiatan pemasaran ini sangat terkait langsung dengan konsumen yang menjadi target pasar perusahaan.

Menurut Kotler dalam Hasibuan (2017:143) “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai satu”.

Menurut Susilo (2017:20) “Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan”.

Menurut Kasmir (2018:54) “Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan menukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan”.

Secara umum, pemasaran merupakan fungsi perusahaan yang tujuannya adalah untuk menjembatani pihak produsen dengan konsumen. Pemasaran juga berhubungan dengan usaha dalam memahami kebutuhan para konsumennya, mengembangkan produk dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dan menciptakan serta memperluas permintaan akan produk & jasa yang dihasilkan

### **2.5.2 Tujuan Pemasaran**

Setiap tindakan yang dilakukan oleh badan usaha atau perusahaan selalu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Perusahaan dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Kasmir (2018:56-57) tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut :

1. Memaksimalkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
2. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan menjadi nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya karena kepuasan ini akan ditularkan kepada nasabah lainnya melalui ceritanya.
3. Memaksimalkan pilihan (ragam, produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

### 2.5.3 Konsep Pemasaran

Adanya konsep pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan harus menjalankan konsep pemasaran agar keuntungan yang diharapkan dapat direalisasikan dengan baik. Dengan adanya konsep pemasaran maka perusahaan dapat memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Ini menandakan bahwa kegiatan pemasaran harus dikelola dan dikoordinasikan dengan baik.

Menurut Kasmir (2018:58-60) didalam praktik pemasaran terdapat 5 konsep yaitu sebagai berikut :

a. Konsep Produksi (*The Production Concept*)

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi.

b. Konsep Produk (*The Product Concept*)

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan tertarik pada produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus menerus.

c. Konsep Penjualan (*The Selling Concept*)

Konsep penjualan ini dianggap bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi penjualan secara agresif.

d. Konsep Pemasaran (*The Marketing Concept*)

Konsep pemasaran merupakan kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan, tujuan perusahaan yang dimaksudkan adalah penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran atau target *market* serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan oleh para pesaing.

e. Konsep Pemasaran Kemasyarakatan (*The Societal Marketing Concept*)

Konsep pemasaran kemasyarakatan merupakan tugas perusahaan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada yang diberikan para pesaing sedemikian rupa, sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat serta menjaga kepentingan masyarakat dalam jangka panjang.

#### **2.5.4 Marketing Mix (Bauran Pemasaran)**

*Marketing Mix* merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan

melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, terutama dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini.

Menurut Kasmir (2018:119) “*Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada di dalam *Marketing Mix* itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri tanpa elemen lainnya”.

Menurut Kasmir (2018:119-120) konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu :

#### 1. Produk (*Product*)

Produk adalah barang atau jasa apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, agar kegiatan pemasaran berjalan dengan baik maka perusahaan harus mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen serta selera konsumen. Misalnya dalam hal menciptakan mutu, merek, kemasan dan lain sebagainya.

#### 2. Harga (*Price*)

Dalam dunia perbankan terdapat tiga macam harga (*price*) yaitu harga beli, harga jual dan biaya yang dibebankan ke nasabahnya. Harga beli adalah bunga yang diberikan kepada para nasabah yang memiliki simpanan. Sedangkan harga jual merupakan harga yang dibebankan kepada penerima kredit atau pinjaman. Kemudian ada biaya yang

ditentukan kepada berbagai jenis jasa yang ditawarkan seperti biaya administrasi, biaya sewa, biaya kirim, biaya asuransi dan lain sebagainya.

### 3. Tempat (*Place*)

*Place* adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan atau sasaran. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam hal yang berkaitan dengan bank, selain itu tempat yang strategis dapat mempermudah pendistribusian produk. Dimana distribusi itu sendiri mencakup usaha untuk memastikan bahwa produk berada ditempat yang sesuai dan sampai pada konsumen.

### 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan kepada produk. Kegiatan promosi meliputi :

#### a. Iklan (*Advertensi*)

*Advertensi* merupakan alat utama bagi perusahaan melalui surat kabar, radio, televisi ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang di pinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.

#### b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang berbeda-beda, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk

mendorong pembelian yang lebih cepat atau lebih besar dari suatu produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau pelanggan tersebut. Bila iklan menawarkan alasan untuk membeli, promosi penjualan menawarkan insentif untuk membeli.

c. Penjualan perseorangan (*Personal Selling*)

*Personal selling* merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya.

d. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh perusahaan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkan.

Sedangkan untuk perusahaan jasa, bauran pemasaran selain 4P terdapat tambahan variabel lain yang disingkat 3P :

1. Orang (*People*)

*People* adalah semua pelaku atau orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan penyajian jasa, sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam hal ini meliputi kegiatan untuk karyawan mulai dari kegiatan *recruitment*, pelatihan, motivasi atau balas jasa dan lainnya. Para pekerja bank atau karyawan dituntut untuk melayani nasabah secara optimal.

## 2. Proses (*Process*)

Proses merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.

## 3. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

*Physical evidence* atau bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk dalam bukti fisik antara lain, lingkungan fisik yang meliputi fisik bangunan, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan pelayanan.

Menurut Kasmir (2018:120) dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi 7P yaitu :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)
5. Orang (*People*)
6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)
7. Proses (*Process*)