

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 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 sebenarnya 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 mengaitkannya 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 menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi 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.

Usaha perbankan meliputi tiga kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lain hanya 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 diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, 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 (*lending*). Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (*debitur*) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi. Sedangkan bagi bank

yang berdasarkan prinsip syariah dapat berdasarkan bagi hasil atau penyertaan modal.

Berikut ini adalah beberapa pengertian bank menurut para ahli:

Menurut Hasibuan (2005:2) bahwa “Bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (Financial Assets) serta bermotif profit juga sosial, jadi bukan Hanya mencari keuntungan saja”.

Menurut Rosenberg (2009:44) bahwa “Bank is an organization” atau bank adalah suatu badan atau organisasi, biasanya dalam bentuk perusahaan dan bekerjasama atau disewa dengan pemerintah , untuk melakukan penerimaan deposito dan giro yang berjangka, membayar bunga yang ada pada mereka sebagaimana yang telah diizinkan oleh hukum yang berlaku, membuat catatan diskon, memberikan sebuah pinjaman, berinvestasi di dalam pemerintahan atau pada surat berharga lainnya.

Menurut Ketut (2009:14) bahwa “Bank adalah anggota lembaga keuangan yang paling dominan, maupun memobilasi dana, mengumpulkan dan mengalokasikan dana dalam jumlah besar dibandingkan anggota lembaga keuangan lainnya”

Menurut Malayu (2006:2) bahwa “Bank adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan penyalur kredit pelaksanaan lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter, serta dinamisator pertumbuhan perekonomian.

Berdasarkan beberapa pengertian bank diatas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah :

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) yaitu kegiatan untuk menghimpun dana masyarakat ini dilakukan bank dengan membuka berbagai produk tabungan. Diharapkan dengan produk tersebut, masyarakat lebih sadar dengan cara penyimpanan uang yang benar dan lebih aman.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat (*lending*) adalah dana yang dihimpun dari masyarakat oleh bank tentu tidak hanya dibiarkan mengendap. Jika hanya dibiarkan tanpa dikelola, tentu tidak ada yang namanya bunga kepada nasabah. Tujuan untuk membantu pelaksanaan pembangunan nasional dan pemerataan pembangunan juga tidak dapat terwujud. Untuk memenuhi tujuan tersebut, bank juga berfungsi sebagai penyalur dana kepada masyarakat yang membutuhkan layanan keuangan dan lembaga tersebut. Penyaluran dana oleh bank dilakukan dengan penyediaan fasilitas kredit. Dengan memanfaatkan fasilitas tersebut, masyarakat diharapkan dapat menyejahterakan kehidupannya dan menghasilkan usaha untuk mendukung pembangunan nasional

Menyediakan Layanan Jasa Bank (*services*) Jasa-jasa bank lainnya merupakan jasa pendukung kegiatan bank. Jasa-jasa ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan penyimpanan dana dan panyaluran kredit.

2.1.1 Fungsi dan Tujuan Bank

Bank merupakan lembaga keuangan yang bertindak sebagai perantara dalam perpindahan dari pihak yang kelebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana, dapat kita lihat bahwa fungsi 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 dan penyalur dana masyarakat.
2. Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Malayu (2004:55) menyatakan bahwa fungsi dan bank (bank capital) adalah sebagai berikut :

- Sebagai sumber dana biaya kegiatan operasional bank.
- Untuk memenuhi ketentuan dan surat edaran Bank Indonesia
- Sumber dana untuk investasi primer dan sekunder bank.
- Sebagai penyangga dan penyerap kegiatan bank bersangkutan.
- Sebagai tolak ukur besar kecilnya suatu bank.
- Untuk menarik SSU menabungkan uangnya dibank bersangkutan.
- Untuk memperbesar solidaritas masyarakat terhadap bank yang bersangkutan.
- Untuk memperbesar daya saing bank yang bersangkutan.
- Untuk mempermudah penarikan dan peningkatan sumber daya manusia.

2.1.2 Jenis Bank

Sebelum membahas tentang jenis-jenis perbankan kita harus mengenal terlebih dahulu apa pengertian dari *Dual Banking System* atau sistem perbankan ganda yaitu terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan. Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara sinergis dan bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, secara mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. Dengan diterapkannya *dual banking system* di Indonesia. Penerapan sistem perbankan berganda dapat meningkatkan pembiayaan bagi sektor riil secara bersama-sama antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Dalam praktik perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Jika kita 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. Namun, kegiatan utama atau 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 terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Sedangkan kepemilikan perusahaan dilihat dari segi kepemilikan saham yang ada serta akta 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 ke dalam caranya menentukan harga jual dan harga beli.

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 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)

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 jika 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 pemerintah

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

Contoh bank milik pemerintah antara lain :

- Bank Negara Indonesia 46 (BNI).
- Bank Rakyat Indonesia (BRI).
- Bank Tabungan Negara (BTN).

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

- BPD DKI Jakarta.
- BPD Jawa Barat.
- BPD Jawa Tengah.
- BPD Jawa Timur.
- BPD Sumatera Utara.
- BPD Sumatera Selatan.
- BPD Sulawesi Selatan.
- Dan BPD lainnya.

b. Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula.

Contoh bank milik swasta nasional antara lain :

- Bank Muamalat.

- Bank Central Asia.
- Bank Bumi Putra.
- Bank Danamon.
- Bank Duta.
- Bank Lippo.
- Bank Nusa Internasional.
- Bank Niaga.
- Bank Universal.
- Bank Internasional Indonesia.

c. Bank milik koperasi

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

- 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 kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

Contoh bank asing antara lain :

- ABN AMRO bank.
- Deutsche Bank.
- American Express Bank.
- Bank of America.
- Bank of Tokyo.

- Bangkok Bank.
- City Bank.
- European Asian Bank.
- Hongkong Bank.
- Standard Chartered Bank.
- 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 :

- Sumitomo Niaga Bank.
- Bank Merincorp.
- Bank Sakura Swardama.
- Bank Finconesia.
- Mitsubishi Buana Bank.
- Inter Pacifik Bank.
- Paribas BBD Indonesia.
- Ing Bank.
- Sanwa Indonesia Bank.
- Bank PDFCI.

3. Segi Status

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

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

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 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

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 daripada bank devisa, di mana transaksi yang dilakukan masih dalam batas-batas negara.

4. 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.

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 di mana 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. Penentuan 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 persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.
- a. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

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 sebagai berikut :

- a. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah).
- b. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah).
- c. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah).
- d. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (ijarah).
- e. Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah waiqtina)

Sedangkan penentuan biaya-biaya jasa bank lainnya bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah juga menentukan biaya sesuai Syariah Islam.

Sumber penentuan harga atau pelaksanaan kegiatan bank 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.

2.1.3 Kegiatan-kegiatan Bank

Menurut Kasmir (2002:30) kegiatan Bank Umum secara lengkap meliputi:

1. Menghimpun Dana (*Funding*) Menghimpun dana merupakan kegiatan memberi dana dari masyarakat. Kegiatan memberikan dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan. Jenis simpanan tersebut adalah :

- Simpanan Giro (*Demand Deposit*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada Bank yang penarikannya dapat dilakukan dengan menggunakan Cek atau Bilyet Giro.

- Simpanan Tabungan (*Saving*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada Bank yang penarikannya sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh Bank, penarikan tabungan dapat dilakukan dengan buku tabungan, slip penarikan tabungan, ataupun dengan Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

- Simpanan Deposito (*Time Deposit*)

Adalah simpanan pihak ketiga pada Bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo dan sesuai dengan perjanjian antara dua belah pihak.

2. Menyalurkan Dana (*Lending*)

Merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank adalah melalui pemberian pinjaman yang ada dalam masyarakat dikenal dengan nama kredit.

Menyalurkan dana ke masyarakat dalam bentuk :

- Kredit Investasi

Kredit yang diberikan kepada para investor untuk investasi yang penggunaannya jangka panjang.

- Kredit Modal Kerja

Kredit yang diberikan untuk membiayai kegiatan suatu usaha yang bersifat jangka pendek.

- Kredit Perdagangan

Kredit yang diberikan kepada para pedagang baik agen-agen maupun pengecer.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Services*)

Jasa bank lainnya merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana.

TABEL 2.1
PERBEDAAN BANK SYARIAH DENGAN BANK KONVENSIONAL

BANK SYARIAH	BANK KONVENSIONAL
1. Melakukan investasi-investasi yang halal saja.	Melakukan investasi yang halal dan haram
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa.	Memakai system bunga
3. Profit dan falah oriented, (Falah berarti mencari kemakmuran di dunia dan di akhirat)	Profit oriented
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditur-debitur
5. Penghimpun dana dan penyalur dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber : PT. Bank Jabar Banten Syariah

2.2 Pengertian Bank Syariah

Bank berdasarkan prinsip syari'ah adalah Bank Umum syari'ah atau unit usaha syari'ah yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yang

tata cara beroprasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan islam (AL-Qur'an dan Hadist).

Menurut UU No. 10 Tahun 1998, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan saksat syariah.

Menurut Wangsawidjaya (2012:15) bahwa "Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah."

Menurut Machmud (2002:9) bahwa "Bank syariah adalah bank yang beroprasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, dan dapat diartikan juga sebagai lembaga keuangan perbankan yang oprasional dan produknya dikembangkan berlandaskan al-qur'an dan hadist Nabi S.A.W."

2.2.1 Fungsi dan Tujuan Bank Syariah

Fungsi bank syariag menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 bahwa dalam paradigma Islam, bank syariah memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Bank Syariah dan Unit Usaha Syari'ah (UUS) wajib menjalankan fungsi menghimpunan dana dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan Unit Usaha Syari'ah (UUS) dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infal, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

3. Bank Syari'ah dan Unit Usaha Syari'ah (UUS) dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (waktif).

Fungsi bank syariah dalam paradigma akuntansi islam, secara garis besar terdiri atas 4 fungsi utama yaitu :

1. Fungsi bank syariah sebagai Manajemen Investasi

Bank-bank syariah dapat melaksanakan fungsi ini berdasarkan kontrak mudharabah atau kontrak perwakilan. Menurut kontrak Mudharabah bank (dalam kesepakatannya sebagai mudharib, yaitu pihak yang melaksanakan investasi dana dari pihak lain) menerima presentase keuntungan hanya dalam kasus untung. Dalam hal terjadi kerugian, sepenuhnya menjadi resiko dana (shahibul mal), sedangkan bank tidak ikut menanggungnya.

2. Fungsi bank syariah sebagai investasi

Bank-bank syariah menginvestasikan dana yang ditempatkan pada dunia usaha (baik dana modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang konsisten dengan syariah. Rekening investasi menjadi dua yakni :

- a. Rekening investasi tidak terbatas (*general investment*)

Pemegang rekening jenis ini memberi wewenang kepada bank syariah untuk menginvestasikan dananya dengan cara yang dianggap paling baik dan feasible, tanpa menerapkan pembatasan jenis, waktu, dan bidang usaha investasi.

b. Rekening investasi terbatas

Pemegang rekening jenis ini menerapkan pembatasan tertentu dalam hal jenis, bidang usaha, dan waktu bank menginvestasikan dananya.

3. Fungsi bank syariah sebagai jasa keuangan

Bank syariah juga dapat menawarkan berbagai jasa keuangan lainnya berdasarkan wupah (*fee based*) dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan. Contohnya garasi, transfer dan lainnya.

4. Fungsi bank syariah sebagai jasa sosial

Konsep perbankan islam atau syariah mengharuskan bank islam melaksanakan jasa sosial, bisa melalui dana qardh (pinjaman kebaikan), zakat atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran islam. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan bank syariah memainkan peran pengembangan sumber daya insani pengembangan lingkungan hidup.

Berdasarkan asas yang digunakan dalam perbankan syariah maka tujuan perbankan syariah adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pertumbuhan ekonomi dan stabilitasi nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Maksudnya adalah pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan merata materil maupun spiritual berdasarkan Syariat Islam. Maka pembangunan tersebut harus didukung sepenuhnya oleh masyarakat. Termasuk badan-badan usaha yang menunjang dan memegang peranan penting di dalam sektor perekonomian.

Sebagai lembaga kepercayaan bank diharuskan untuk selalu memperhatikan kepentingan masyarakat di samping kepentingan bank itu sendiri dalam mengembangkan usahanya.

2.2.2 Karakteristik Bank Syariah

Dalam perbankan islam terdapat karakteristik Bank syari'ah diantaranya :

1. Berdasarkan prinsip syari'ah.
2. Implementasi prinsip ekonomi islam dengan ciri
 - a. Pelanggaran riba dalam berbagai bentuk
 - b. Tidak mengenal konsep "*time value of money*"
 - c. Uang sebagai alat tukar bukan komoditi yang diperdagangkan
 - d. Beroperasi atas dasar bagi hasil
 - e. Kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan balas jasa
 - f. Tidak menggunakan "bunga" sebagai alat untuk memperoleh pendapatan
 - g. Azaz utama : kemitraan, keadilan , transparasi, dan universal
 - h. Tidak membedakan secara sektor moneter dengan sektor riil, dapat melakukan transaksi 2 sektor riil .

2.2.3 Bagi Hasil (*Profit Sharing*) Menurut Bank Syariah

Dalam mekanisme konvensional menggunakan instrumen bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam Bagi Hasil Profit Sharing dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba.

Menurut Muhamad (2002:101) secara definitif, profit sharing di artikan

“Distribusi beberapa bagian dari laba para pegawai dari suatu perusahaan” Lebih lanjut lagi dikatakan sebagai suatu bonus uang tunai tahunan. Pada prinsip syari’ah, pendapatan profit sharing berlaku untuk produk-produk penyertaan, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian untuk bentuk bisnis koperasi (kerjasama).

Keuntungan yang di bagihasilkan harus dibagi secara profesional antara Shahibul maal dengan mudharib.

Inti mekanisme bagi hasil pada dasarnya adalah terletak pada kerjasama yang baik antara shahibul maal dengan mudharib, kerjasama atau partnership merupakan karakter dalam masyarakat ekonomi islam.

2.2.4 Pembiayaan berdasarkan bank syariah

Pembiayaan berarti financing yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk produk investasi yang direncanakan baik dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh lembaga keuangan seperti bank.

Berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau UUS (Unit Usaha Syariah) dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu tanpa imbalan atau bagi hasil.

Definisi pembiayaan menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan dalam pasal 1 ayat 2 menyatakan bahwa :

“Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan kesetujuan atau kesepakatan antara

bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”

Prinsip pembiayaan syariah yang membedakan dengan bank konvensional adalah tidak dikenakan sistem bunga pada bank syariah. Penggunaan sistem bunga yang ditetapkan dimuka fluktuatif (*floating*) menyebabkan terjadinya keterpaksaan nasabah untuk mengikuti kenaikan suku bunga apabila mengalami kenaikan sewaktu-waktu.

2.3 Pengertian Strategi

Strategi dalam kamus Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat atau perang. Siasat atau akal untuk mencapai suatu maksud dan tujuan telah di rencanakan.

Strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, dan bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif.

Dapatlah dinyatakan bahwa strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut.

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 individu atau karyawan, identitas merek dan lainnya.

Menurut Bonn (2005:337) bahwa “Strategi adalah cara pemecahan masalah-masalah strategis yang menggabungkan pendekatan rasional dan konvergen dengan proses berpikir kreatif dan berbeda.”

Menurut Morrissey (2005:45) bahwa “Strategi adalah proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh perusahaan agar misinya tercapai dan sebagai daya dorong yang akan membantu perusahaan dalam menentukan produk, jasa, dan pasarnya di masa depan.”

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

2.3.1 Manfaat Manajemen Strategi

Menurut Wheelen (2010:580) bahwa ada 5 manfaat manajemen strategi yaitu:

- a. Manajemen Strategi melatih setiap orang dan organisasi untuk berpikir secara antisipatif dan proaktif.
- b. Mendorong terjadinya komunikasi dimana komunikasi tersebut dibutuhkan dalam organisasi.

- c. Mendorong lahirnya komitmen manajerial.
- d. Melahirkan pemberdayaan start dan mendukung kenaikan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.
- e. Dengan menerapkan manajemen strategi akan melahirkan kinerja finansial yang lebih baik di suatu perusahaan.

2.4 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Menurut Basu dan Hani (2004:4) bahwa “Pemasaran ialah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun potensial.”

Menurut Stanton (2006:7) bahwa “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.”

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.

Jadi pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi antara satu pihak dengan pihak yang didalamnya terjadi proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran suatu produk demi memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2.5 Strategi 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.

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

Menurut Tjiptono (2002:6) bahwa “Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.”

Tujuan strategi pemasaran adalah :

- a. Untuk peningkatan kualitas koordinasi dalam tim pemasaran.

- b. Untuk mengukur hasil pemasaran berdasarkan standart prestasi yang berlaku.
- c. Untuk memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan.
- d. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika terjadi perubahan dalam pemasaran.

Menurut Hery (2018:84) bahwa “Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah variable-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari product, price, promotion, place.” Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran yang sebagai berikut :

1. Produk (*product*)

Keputusan-keputusan tentang produk ini yang mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merk yang ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang akan ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan (*after sales services*). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Istilah “produk” ada tiga maknanya yang patut dibedakan yaitu :

- *Produk Inti*

Produk yang sesungguhnya harus dibeli oleh konsumen karena mempunyai manfaat yang sebenarnya.

- *Produk Formal* ialah yang merupakan produk yang ditawarkan secara nyata dan juga lengkap kepada konsumen yang terdiri dari : pembungkus, mutu, merek, corak, dan ciri khas lain dari produk yang ditawarkan.
- *Produk yang di sempurnakan* adalah produk yang ditawarkan yang mencakupi keseluruhan manfaat yang diterima ataupun yang dinikmati oleh pembeli/konsumen. Seluruh produk bisa di klarifikasikan menurut ketahanannya (barang tahan lama, barang habis dipakai dan jasa).

2. Harga (*price*)

Pada setiap produk atau jasa ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.

3. Tempat (*place*)

Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu, sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi.

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang baik untuk menyimpan bahan baku maupun lokasi untuk penyimpanan barang jadi, jenis peralatan yang digunakan untuk mengenai material maupun peralatan lainnya. Sedangkan pemilihan saluran distribusi menyangkut keputusan tentang penggunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen, makelar) dan bagaimana menjalin kerja sama yang baik dengan para penyalur.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan publisitas.

5. *People* (Sumber Daya Manusia)

People merupakan asset utama dalam industri 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 pencitraan yang baik di luar.

6. *Procees* (Proses / Aktivitas Bisnis)

Layanan jasa ataupun kualitas produk sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang terstandarisasi oleh karyawan yang berkompetensi, berkomitmen, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik Perusahaan)

Building merupakan bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lightning system*,

dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat mempengaruhi *mood* pengunjung. Bangunan harus dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan, jasa dengan kelas market khusus.

2.6 Strategi Pemasaran Bank

Untuk mengetahui pasar sasaran yang ada dan mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran bank dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Pada prinsipnya ada 5 (lima) macam strategi yang dapat dilakukan perbankan, yaitu :

- a. Strategi penetrasi Pasar, merupakan usaha bank meningkatkan jumlah nasabah baik secara kualitas maupun kuantitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif.
- b. Strategi Pengembangan Produk, merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini.
- c. Strategi Pengembangan Pasar, merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru.

- d. Strategi Integrasi, merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya akan dilakukan strategi diversifikasi horizontal yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).
- e. Strategi diversifikasi, baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat.

Selain itu, menurut Kotler (2009:376) bahwa pemasaran memiliki elemen penting yang terdiri atas :

a. *Strategy*

1. *Segmentation*

Bank syariah harus mampu melihat potensi pasarnya secara kreatif serta membaginya kedalam segmen berdasarkan psikografis dan *market behavior*.

2. *Targeting*

Dari segmentasi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal industri dilakukan pemilihan beberapa segmen unggulan, seperti segmen usaha yang bisa menerapkan pola bagi hasil untuk sektor ekonomi tertentu. Dalam menetapkan target pasar merupakan tahap selanjutnya dari analisis segmentasi

Tabel 2.2

Oktober 2018- Juni 2019

Bulan	Jumlah Nasabah
Oktober – November	24
Desember- Juni 2019	56
Jumlah Nasabah	80
Jumlah Dana per 10 Juni 2019	Rp. 21,798,894

Sumber : Bank Jabar Banten Syariah

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) dari awal, yaitu tahun 2018 sampai dengan 2019 (per juni) , mengalami pertumbuhan pada 2018 nasabah Simpanan Pelajar adalah 24 orang , kemudian pada tahun 2019 per juni sebanyak 56 orang. Dalam 8 bulan 10 hari tersebut jumlah nasabah simpanan pelajar mengalami peningkatan.

3. *Positioning*

Memposisikan produk bank syariah sangatlah penting guna mengetahui bagaimana nasabah mempresepsikan produknya ditengah pesaing yang berimplikasi terhadap kemampuan inovasi. Sebab persaingan memperebutkan nasabah tidak dilakukan di pasar, tetapi di benak konsumen.

b. *Tactic*

1. *Differentiation*

Diferensiasi dapat dilakukan melalui konten yang ditawarkan, lewat kontek dengan cara menawarkan, dan infrastruktur pendukungnya sehingga

produk dan jasa bank syariah bisa memiliki nilai jual, antara lain kepastian harga, transparansi dan hubungan kemitraan yang setara serta akad yang bervariasi.

2. *Marketing mix* (bauran pemasaran)

Menurut Kotler (2009:376) bahwa “Bauran pemasaran sebagai bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pemasaran.”

Menurut Saladin (2003:223) bahwa “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.”

Sehingga bauran pemasaran dapat dikatakan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pasar sasaran.

Karena perbankan merupakan industri jasa sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung untuk mengikuti konsep pemasaran untuk produk dan jasa.

3. *Selling*

Penyusunan *marketing mix* dilanjutkan dengan strategi menjual (*selling*) yang merupakan taktik untuk menciptakan hubungan harmonis jangka panjang dengan nasabah bukan sekedar transaksional jangka pendek.

Hermawan Kertajaya mengungkapkan bahwa model penjualan yang ideal untuk perbankan syariah adalah *consultative selling* dengan tahapan

melakukan identifikasi terhadap kebutuhan nasabah, membangun komunikasi yang interaktif dengan semua pihak potensial, memahami produk dan jasa yang ditawarkan berdasarkan sudut pandang konsumen, mendukung bisnis nasabah, serta membina hubungan baik yang berorientasi jangka panjang.

2.7 Pengertian Tabungan

Aktivitas menabung akan timbul apabila ada lembaga keuangan yaitu bank dan orang yang mempunyai potensi untuk menabung. Tabungan sebagai salah satu bentuk simpanan dan jenis penarikan dana yang dilakukan bank, memiliki macam dan jenis tabungan yang berkembang sesuai dengan tujuan-tujuan perkembangan jaman.

Adapun yang menjadi definisi tabungan sebagai berikut :

Menurut UU RI NO. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Nurul (2014:114) Tabungan adalah simpanan mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lain.

Maka dari itu penulis memberi kesimpulan bahwa pengertian tabungan adalah Tabungan adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai dengan cerita yang telah di sepakati oleh pihak bank dan nasabah.

Sebagai mitra usaha dan juga penasehat atau konsultan bagi nasabah di dalam simpanan tabungan.

2.7.1 Jenis-jenis tabungan

Dijelaskan oleh Kashmir (2014:80) bahwa dalam praktik perbankan di Indonesia dewasa ini terdapat beberapa jenis tabungan. Perbedaan jenis Tabungan ini hanya terletak dari fasilitas yang diberikan kepada nasabah. Dengan demikian masa nasabah mempunyai banyak pilihan. Jenis-jenis tabungan yang diselenggarakan bank pada umumnya adalah sebagai berikut :

1. Tabungan Pembangunan Nasional (tabanas)

Merupakan bentuk tabungan yang tidak terikat oleh waktu dengan syarat penyetoran dan pengambilan, tabanas pertama kali di atur pada tahun 1971.

Tabanas tersebut terdiri dari :

- Tabanas Umum
- Tabanas Pemuda
- Tabanas Pelajar
- Tabanas Pegawai

2. Taksa

Merupakan bentuk tabungan yang dikaitkan dengan asuransi jiwa, yang pertama kali diatur tahun 1971.

3. Tabungan lainnya

Tabungan selain tabanas dan taksa. Tabungan ini dikeluarkan oleh masing-masing bank dengan ketentuan-ketentuan yang diatur oleh Bank Indonesia.

2.7.2 Manfaat Tabungan

1. Manfaat yang diproduksi bank, Menurut Mishkin (2008:8) Antara lain sebagai berikut :
 - a. Sebagai salah satu dana bagi bank yang bersangkutan, dan dapat digunakan sebagai penunjang oprasional bank dalam memperoleh laba. Karena tabungan adalah suatu sumber dana pihak ketiga yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha.
 - b. Sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka mengungkapkan fasilitas produk-produk lainnya. Jadi dengan menjadi nasabah tabungan-tabungan secara otomatis petugas customer service dapat menginformasikan jenis-jenis jasa pembayaran yang dapat dilakukan dibank tersebut seperti pembayaran listrik, telfon, uang, dan pembayaran lainnya. Selain itu dapat memperkenalkan produk-produk perbankan lainnya yang tersedia.
 - c. Untuk membantu program pemerintah ekonomi, Dengan menabung uang di bank maka peredaran pertumbuhan ada di masyarakat akan berkurang, sehingga perputaran perekonomian dapat di kendalikan oleh pemerintah.
 - d. Meningkatkan kesadaran bagi nasabah untuk menyimpan dananya di bank.
2. Menabung bisa dijadikan sebagai salah satu kegiatan berinvestasi, karena dengan menabung kita bisa untuk menghadapi berbagai kemungkinan yang akan terjadi di masa depan.

2.7.3 Tabungan simpanan pelajar (SimPel)

Tabungan simpanan pelajar ini adalah tabungan yang diperuntukan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini, dalam mata uang Rupiah, diperuntukan bagi siswa PAUD, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI, MTs, MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.

Simpanan Pelajar menggunakan prinsip Mudharabah Mutlaqah adalah Transaksi penanaman dari pemilik dana (Shahibul Maal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

Akad Simpanan Mudharabah berdasarkan ketentuan dan persyaratan sebagai berikut :

1. Bahwa dana yang diinvestasikan oleh NASABAH kepada BANK menggunakan prinsip Mudharabah Muthlaqah. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi Bank dalam mengelola dana yang dihimpun sampai dengan ditutupnya rekening simpanan dan berikutnya akad ini yang akan diberitahukan secara tertulis oleh Nasabah kepada Bank, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Sebagai bukti penempatan dana NASABAH pada BANK dalam bentuk simpanan dengan prinsip Mudharabah Mutlaqoh, Nasabah akan memberikan

Buku Tabungan/Salinan Rekening Koran, yang diterbitkan atas nama NASABAH tersebut yang tidak dapat dipindah tangankan/ dialihkan dalam bentuk dan dengan cara apapun juga kepada pihak ketiga/pihak lain.

3. Dalam hal terjadi perubahan Nisbah antara NASABAH dan BANK, maka Bank akan memberitahukan perubahan tersebut kepada Nasabah baik melalui pengumuman di counter maupun melalui media massa. Bank dengan ini diberi kuasa oleh Nasabah menyetujui akan adanya perubahan dimaksud tanpa diperlukannya persetujuan tertulis dari Nasabah untuk hal tersebut.
4. Dalam hal terjadi kerugian di dalam pengelolaan dana Mudharabah bahwa kesalahan Bank sebagai pengelola, maka seluruh kerugian finansial ditanggung oleh Nasabah. Sedangkan kegiatan non-finansial ditanggung oleh Bank.
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya oprasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Nasabah dengan ini menyatakan setuju dan terikat pada Syariah dan ketentuan mengenai Setoran, Jangka Waktu, Penutupan Rekening dan ketentuan lainnya yang ditetapkan oleh Bank.
7. Atas bagi hasil yang diterima, Nasabah dikenakan pajak berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
8. Pelaksanaan Akad ini tunduk kepada ketentuan perundang-undangan dan ketentuan Syariah yang berlaku bagi Bank di Indonesia.

9. Apabila dikemudian hari terjadi perselisihan dalam penafsiran atau pelaksanaan ketentuan-ketentuan dari Akad ini, maka pihak sepakat untuk terlebih dahulu menyelesaikan secara musyawarah.
10. Bilamana musyawarah tidak menghasilkan kata sepakat mengenai penyelesaian, perselisihan, maka Para Pihak sepakat untuk memilih tempat kedudukan hukum (domisili) yang tetap di Kantor Pengadilan Negeri setempat yang sesuai dengan domisili cabang pembuka rekening.
11. Segala sesuatu yang belum diatur atau perubahan Akad ini akan diatur dalam surat-menyurat berdasarkan kesepakatan bersama antara Bank dan Nasabah yang merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dari Akad ini.