

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Pemasaran**

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan (Kotler, 20012:5)

Selanjutnya menurut Buchari Alma (2009:2) mengemukakan bahwa pemasaran adalah proses manajemen untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memuaskan pelanggan secara menguntungkan.

Definisi diatas dapat dipahami bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (nilai) produk dengan pihak lain, dimana hal ini juga diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Konsep pemasaran menghendaki bahwa kegiatan dalam perusahaan harus diarahkan pada tujuan pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pengertian konsep pemasaran menurut Kotler (2012:17) adalah sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi.

Konsep pemasaran menyatakan bahwa untuk menjapai tujuan perusahaan, maka harus diketahui kebutuhan pelanggan karena dengan mengetahui pelanggan akan lebih mudah dalam memuaskan pelanggan.

## 2.2 Konsep Strategi Pemasaran

Setiap perusahaan menggunakan sejumlah alat untuk mendapat respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan cara menggunakan bauran pemasaran jasa (*marketing mix*).

Menurut Fandy Tjiptono (2011:39) bauran pemasaran jasa merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Fandy merumuskan bauran pemasaran terdiri dari 7P, yaitu :

### 1. *Product*

Merupakan bentuk penawaran organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan melalui pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk disini bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun tidak) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

### 2. *Price*

Bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat bunga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai berbagai kelompok pelanggan. Harga menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga akan dapat terjangkau oleh konsumen.

### 3. *Promotion*

Bauran promosi meliputi berbagai metode, yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, dan hubungan masyarakat. Menggambarkan berbagai macam cara yang ditempuh perusahaan dalam rangka menjual produk ke konsumen.

### 4. *Place*

Merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Tempat dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan *outlet* yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk.

### 5. *People*

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Dalam industry jasa, setiap orang merupakan *part-time marketer* dan tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada *output* yang diterima pelanggan.

### 6. *Process*

Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact service*, yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.

### 7. *Physical evidence*

Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko dengan jalan menawarkan bukti fisik dan karakteristik jasa.

## **2.3 Bank**

### **2.3.1 Pengertian Bank**

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 pasal 1 ayat (1) 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.

Pengertian Bank Menurut Kasmir (2014:12) yaitu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan dan usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu penghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Semua kegiatan bank tersebut harus dikelola secara professional melalui pengelolaan pemasaran secara terpadu, pemasaran bank perlu dikelola secara matang mulai dari perencanaan, pelaksanaan sampai dengan pengendaliannya.

### **2.3.2 Fungsi Bank**

Fungsi bank secara umum adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk berbagai tujuan. Fungsi bank dapat dijelaskan dengan lebih spesifik seperti yang dikemukakan oleh Totok (2006:130) yaitu sebagai berikut :

1. *Agent of Trust*

Dasar utama kegiatan perbankan adalah *trust* atau kepercayaan, baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menitipkan dananya di bank apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan. Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya pada debitur atau masyarakat apabila dilandasi unsur kepercayaan.

2. *Agent of Development*

Sektor dalam perekonomian masyarakat yaitu sector moneter dan sektor riil tidak dapat dipisahkan. Kedua sektor tersebut berinteraksi saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Sektor riil tidak akan dapat bekerja dengan baik apabila sektor moneter tidak bekerja dengan baik. Tugas bank sebagai penghimpun dan penyalur dana sangat diperlukan untuk kelancaran kegiatan perekonomian di sektor riil.

3. *Agent of Service*

Disamping melakukan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana bank juga memberikan penawaran jasa-jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa-jasa yang ditawarkan bank ini sangat erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum. Jasa-jasa bank ini antara lain dapat jasa pengiriman uang, jasa penitipan barang, jasa pemberian jaminan bank, dan jasa penyelesaian tagihan.

### 2.3.3 Jenis-jenis Bank

Bank terdiri dari beberapa jenis berdasarkan segi penggolongannya. Seperti yang dijelaskan oleh kasmir (2008:16) penggolongan bank dapat ditinjau dari beberapa segi, antara lain :

1. Dilihat dari segi fungsinya

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

BPR adalah bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

2. Dilihat dari segi kepemilikannya

a. Bank milik pemerintah

Bank milik pemerintah adalah bank yang baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah sehingga seluruh keuangannya dimiliki oleh pemerintah.

b. Bank milik swasta nasional

Bank milik swasta nasional adalah bank yang seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional.

c. Bank milik koperasi

Bank milik koperasi adalah bank yang kepemilikan saham-sahamnya dimiliki oleh perusahaan-perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contoh bank jenis ini adalah Bank Umum Koperasi Indonesia (Bukopin).

d. Bank milik asing

Bank milik asing adalah bank yang kepemilikannya 100% oleh bank asing (luar negeri) di Indonesia. Bank jenis ini merupakan cabang dari bank asing yang ada di luar negeri, bank milik swasta asing atau pemerintah asing.

e. Bank milik campuran

Bank milik campuran adalah bank yang sahamnya dimiliki oleh dua belah pihak yaitu pihak asing dan pihak swasta nasional. Komposisi saham secara mayoritas dipegang oleh warga Negara Indonesia.

3. Dilihat dari segi status

a. Bank devisa

Bank devisa adalah bank yang dapat melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan.

b. Bank non devisa

Bank non devisa adalah bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa.

#### 4. Dilihat dari cara menentukan harga

##### a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Bank yang berdasarkan prinsip konvensional adalah bank yang dalam mencari keuntungan dan menentukan harga kepada nasabahnya didasarkan pada dua metode yaitu *spread based* dan *free based*.

##### b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bank yang menetapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain baik dalam penyimpanan dana, pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

## 2.4 Kredit

### 2.4.1 Pengertian Kredit

Kredit merupakan suatu fasilitas keuangan yang memungkinkan seseorang atau badan usaha untuk meminjam uang, untuk membeli produk dan membayarnya kembali dalam jangka waktu yang ditentukan. UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan 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. Jika seseorang menggunakan jasa kredit, maka ia akan dikenakan bunga tagihan.

Kent (2003:12) Kredit adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban melakukan pembayaran pada waktu diminta atau pada waktu yang akan datang, karena penyerahan barang-barang pada waktu sekarang.

Menurut Kasmir (2011:72) Kredit berasal dari bahasa Yunani *Credere* yang berarti kepercayaan akan kebenaran.

Pengertian kredit dapat disimpulkan sebagai sarana keuangan yang mewajibkan seseorang atau badan usaha untuk melakukan pembayaran di waktu tertentu dengan perjanjian awal.

#### **2.4.2 Unsur-unsur Kredit**

Adapun unsur-unsur yang terkandung dalam pemberian suatu fasilitas kredit menurut Kasmir (2011:103) adalah sebagai berikut :

a. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bagi si pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (baik berupa uang, barang atau jasa) benar-benar diterima kembali dimasa yang akan datang sesuai jangka waktu kredit.

b. Kesepakatan

Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing.

c. Jangka Waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa penegembalian kredit yang telah disepakati.

d. Resiko

Akibat adanya tenggang waktu maka pengembalian kredit akan memungkinkan suatu resiko tidak tertagihnya atau macet pemberian suatu kredit.

e. Balas Jasa

Bagi bank balas jasa merupakan keuntungan atau pendapatan atas pemberian suatu kredit yang kita kenal dengan nama bunga.

### **2.4.3 Fungsi dan Tujuan Kredit**

Kredit mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi kredit menurut Veithzal (2013:200) di dalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut :

- a. Meningkatkan utility (daya guna) dari modal/uang;
- b. Meningkatkan utility (daya guna) suatu barang;
- c. Meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang;
- d. Menimbulkan gairah berusaha masyarakat;
- e. Alat stabilitas ekonomi;
- f. Jembatan untuk peningkatan pendapatan nasional;
- g. Sebagai alat meningkatkan hubungan ekonomi internasional.

Tujuan kredit menurut Kasmir (2011:105) yaitu dalam praktiknya tujuan pemberian suatu kredit adalah sebagai berikut:

a. Mencari Keuntungan

Hasil keuntungan ini diperoleh dalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah.

b. Membantu Usaha Nasabah

Tujuan selanjutnya adalah untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja.

c. Membantu Pemerintah

Tujuan lainnya adalah membantu pemerintah dalam berbagai bidang.

#### **2.4.4 Jenis-jenis Kredit**

Jenis-jenis kredit yang ada dapat dibedakan sebagai berikut (Kasmir, 2011:111):

1. Dilihat dari segi kegunaannya :

- a. Kredit Investasi, yaitu kredit yang digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek baru atau untuk keperluan rehabilitasi.
- b. Kredit modal kerja, digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya, misalnya untuk membeli bahan baku atau membayar gaji karyawan.

2. Dilihat dari segi tujuan kredit :
  - a. Kredit produktif, yaitu kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha produksi atau investasi untuk menghasilkan barang dan jasa.
  - b. Kredit konsumtif, yaitu kredit yang digunakan untuk konsumsi secara pribadi misalnya kredit untuk perumahan, kredit mobil pribadi.
  - c. Kredit perdagangan, yaitu kredit yang digunakan untuk perdagangan, biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualannya.
3. Dilihat dari segi waktu :
  - a. Kredit jangka pendek, yaitu kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama 1 tahun dan diperlukan untuk modal kerja.
  - b. Kredit jangka menengah, yaitu kredit yang memiliki jangka waktu antara 1 sampai 3 tahun, biasanya digunakan untuk investasi.
  - c. Kredit jangka panjang, yaitu kredit yang masa pengembaliannya paling panjang yaitu 3 tahun.
4. Dilihat dari segi jaminan :
  - a. Kredit dengan jaminan, yaitu kredit yang diberikan dengan suatu jaminan yang dapat berbentuk barang berwujud atau tidak berwujud atau jaminan orang.
  - b. Kredit tanpa jaminan, yaitu kredit yang diberikan tanpa jaminan barang atau orang tertentu.

5. Dilihat dari sektor usaha :
  - a. Kredit pertanian;
  - b. Kredit peternakan;
  - c. Kredit industry;
  - d. Kredit pertambangan;
  - e. Kredit pendidikan;
  - f. Kredit profesi;
  - g. Kredit perumahan.

#### **2.4.5 Hal-hal yang diperjanjikan dalam perjanjian kredit**

Dalam setiap kredit ada beberapa hal yang diperjanjikan (Abdulkadir, 2000:58), diantaranya :

- a. Jangka Waktu Kredit

Jangka waktu kredit ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama antara debitur dan kreditur. Biasanya di bank, jangka waktu kredit sudah ditentukan oleh pihak bank dan debitur memilih jangka waktu yang sesuai dengan kemampuan pengambilannya.

- b. Suku Bunga

Suku bunga adalah presentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu. Suku bunga bank telah ditentukan besarnya oleh peraturan peraturannya yang berlaku di Indonesia.

c. Cara Pembayaran

Setiap bank memiliki cara pembayaran kredit yang sama, tetapi di era modern ini setiap bank berlomba-lomba meningkatkan pelayanan kepada nasabah dengan menambah fitur elektronik ataupun anak perusahaan yang melakukan pelayanan yang sama sehingga memungkinkan nasabah dari setiap kalangan bisa mendapatkan pelayanan yang sama dan lebih mudah melakukan transaksi.

d. Agunan atau jaminan Kredit

Agunan atau jaminan kredit adalah asset pihak peminjam yang dijanjikan kepada pemberi pinjaman jika peminjam tidak dapat mengembalikan pinjaman tersebut. Jika pinjaman gagal dibayar pihak pemberi pinjaman dapat memiliki agunan tersebut.

e. Biaya Administrasi

Beasaran biaya administrasi bervariasi, tergantung pada bank dimana calon debitur akan mengambil kredit, dan juga tergantung pada kebijakan bank yang dimaksud. Terkadang bank tertentu akan mengenakan biaya provisi yang besarnya ditentukan oleh pihak bank.

f. Asuransi Jiwa dan Tagihan

Setiap jenis kredit perbankan memiliki asuransi jiwa dan tagihan apabila pihak debitur tidak mampu membayar tagihan atau pihak debitur meninggal dunia. Ada perusahaan penjamin yang menjaminkannya.