

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian penerapan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), penerapan adalah proses, cara, dan perbuatan menerapkan. Nugroho (2017: 158) menyatakan, “Penerapan adalah cara yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan”.

Berdasarkan pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa penerapan adalah suatu cara yang dilakukan untuk mempraktikkan suatu metode pada sebuah objek agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

2.1.2 Bank

2.1.2.1 Pengertian bank

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan bisnisnya meliputi kegiatan menghimpun dana seperti tabungan, deposito, giro, dan menyalurkan dananya melalui kegiatan perkreditan. Tidak hanya itu, bank juga menyediakan jasa-jasa lainnya yang dapat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya seperti *transfer*, *kliring*, *letter of credit*, dan lain sebagainya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 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”

Adapun pengertian bank menurut beberapa para ahli diantaranya sebagai berikut:

Ardhansyah dan Saraswati (2020: 21) menyatakan bahwa bank merupakan tempat untuk menitipkan atau menyimpan uang, selain itu bank juga sebagai pemberi atau penyalur kredit dan juga perantara di dalam kegiatan lalu lintas pembayaran.

Kasmir (2016: 3) menyatakan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa bank merupakan salah satu lembaga keuangan tempat masyarakat menyimpan dana dan sebagai lembaga pemberi dana yang disalurkan dalam bentuk

kredit, selain itu bank juga memberikan jasa-jasa lain untuk menunjang kegiatan lalu lintas pembayaran.

2.1.2.2 Fungsi bank

Totok dan Sigit (dalam Ardhansyah dan Saraswati, 2020: 27) mengemukakan bahwa secara spesifik fungsi bank terdiri dari *agent of trusts*, *agent of development*, dan *agent of services*. Fungsi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Agent of trust

Dasar utama kegiatan perbankan adalah sebuah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dalam hal ini masyarakat memiliki kemauan untuk menitipkan dananya kepada bank dan mereka percaya bahwa dana mereka tidak akan disalahgunakan oleh bank. Begitu juga pihak bank mau menyalurkan dananya kepada debitur dan percaya bahwa debitur akan mengembalikan pinjamannya pada saat jatuh tempo. Apabila terdapat kepercayaan diantara kedua belah pihak maka kegiatan transaksi akan berjalan dengan baik.

2. Agent of development

Dalam hal ini kegiatan bank sangat diperlukan bagi kelancaran kegiatan perekonomian negara. Kegiatan bank tersebut memungkinkan masyarakat melakukan kegiatan investasi, distribusi, serta kegiatan konsumsi barang dan

jasa. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak dapat dilepaskan dari adanya penggunaan uang dan hal itu merupakan salah satu kegiatan dalam menunjang pembangunan perekonomian suatu masyarakat.

3. *Agent of services*

Dalam fungsi ini bank memberikan penawaran jasa perbankan lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank diberikan untuk menunjang kegiatan perekonomian masyarakat secara umum, jasa ini antara lain dapat berupa jasa pengiriman uang, penitipan barang berharga, pemberian jaminan bank, dan penyelesaian tagihan.

2.1.2.3 Jenis-jenis bank

Kasmir (2018: 16-23) mengemukakan bahwa jenis-jenis bank adalah sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi fungsinya

a. Bank Umum

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

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau

berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

2. Dilihat dari segi kepemilikannya

a. Bank milik pemerintah

Bank milik pemerintah merupakan bank yang akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah dan keuntungannya pun dimiliki oleh pemerintah. Contohnya adalah Bank Negara Indonesia 46 (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan Bank Tabungan Negara (BTN). Selain itu ada juga bank milik pemerintah daerah seperti BPD DI 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 milik swasta nasional merupakan bank yang seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional dimana akta pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contohnya adalah Bank Muamalat, Bank Central Asia, Bank Bumi Putera, dan lain sebagainya.

c. Bank milik koperasi

Bank milik koperasi merupakan bank yang saham-sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi, contohnya adalah Bank Umum Koperasi Indonesia.

d. Bank milik asing

Bank milik asing adalah bank yang merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, bank milik asing, swasta asing, atau pemerintah asing, dan kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri. Contohnya adalah ABN AMRO Bank, City Bank, Bangkok Bank, dan lain sebagainya.

e. Bank milik campuran

Bank milik campuran adalah bank yang sahamnya dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional, kepemilikan sahamnya mayoritas dipegang oleh Warga Negara Indonesia. Contohnya adalah Bank Sumitomo, Niaga Bank, Ing Bank, Bank Merincorp, dan lain sebagainya.

3. Dilihat dari segi status

a. Bank devisa

Bank devisa merupakan bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang

berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya *transfer* ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, *traveler cheque*, pembukaan dan pembayaran *letter of credit*, dan transaksi lainnya.

b. Bank non devisa

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

4. Dilihat dari segi cara menentukan harga

a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional

Bank yang dalam menentukan harga dengan menetapkan bunga sebagai harga atau disebut juga *spread based* dan untuk jasa-jasa bank lainnya menerapkan berbagai biaya dalam nominal atau persentase tertentu.

b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan hukum islam baik dalam hal menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

2.1.2.4 Kegiatan-kegiatan bank

Kasmir (2016: 4-5) menyatakan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya meliputi:

1. Menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank merupakan tempat untuk menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat. Tujuan masyarakat menyimpan uang biasanya adalah untuk menjaga keamanan uang dan melakukan investasi dengan harapan memperoleh keuntungan dari hasil simpanannya. Untuk memenuhi tujuan di atas bank menyediakan sarana yang disebut dengan simpanan. Jenis simpanan yang ditawarkan meliputi simpanan giro (*demand deposit*), simpanan tabungan (*saving deposit*), dan simpanan deposito (*time deposit*).
2. Menyalurkan dana ke masyarakat, dalam hal ini bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan. Bank menyediakan dana bagi masyarakat yang membutuhkan dengan fasilitas yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebelum pemberian kredit, bank melakukan analisis untuk menilai kelayakan nasabah. Penilaian ini dilakukan agar bank terhindar dari adanya kredit macet di masa yang akan datang. Jenis kredit yang biasa diberikan diantaranya adalah kredit investasi, kredit modal kerja, dan kredit perdagangan.

3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya, selain dari kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank memberikan pelayanan jasa lain seperti *transfer*, *clearing*, inkaso, *letter of credit (L/C)*, *safe deposit box*, bank garansi, *bank notes*, *travellers cheque*, dan jasa lainnya. Jasa-jasa ini merupakan jasa pendukung dari kegiatan pokok bank untuk memudahkan dalam proses transaksi.

2.1.2.5 Sumber dana Bank

Kasmir (2016: 69-73) menyatakan bahwa sumber dana yang diperoleh bank disesuaikan dengan penggunaan dana. sumber-sumber dana bank antara lain adalah sebagai berikut:

1. Dana yang berasal dari bank itu sendiri

Sumber dana yang berasal dari bank itu sendiri merupakan sumber dana bank dari modal sendiri. Maksudnya adalah modal setoran yang diperoleh dari para pemegang sahamnya, selain itu modal sendiri juga dapat berupa laba yang belum dibagikan dan cadangan-cadangan bank.

2. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini berasal dari berbagai simpanan yang ditawarkan kepada masyarakat yang terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan, dan simpanan deposito.

3. Dana yang bersumber dari lembaga lainnya

Sumber dana ini merupakan sumber dana tambahan apabila bank mengalami kesulitan dalam pencarian sumber dana pertama dan kedua. Dana ini digunakan untuk membiayai atau membayar transaksi-transaksi tertentu. Contoh dari sumber dana ini diantaranya adalah kredit likuiditas dari Bank Indonesia, pinjaman antar bank, pinjaman dari bank-bank luar negeri, dan Surat Berharga Pasar Uang (SPBU).

2.1.3 Pemasaran

2.1.3.1 Pengertian pemasaran

Kasmir (2018: 53) menyatakan bahwa pemasaran merupakan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk.

Selain itu Ritonga et al., (2018: 2) menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu rancangan dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah usaha dalam menciptakan dan menyampaikan produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

2.1.3.2 Pengertian pemasaran bank

Kasmir (2018: 54) menyatakan bahwa pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Saladin (2011:4) memberikan penjelasan tentang pemasaran bank, yaitu:

“pemasaran bank adalah proses sosial dan manajerial untuk merencanakan, menciptakan, dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah sehingga terwujudkan kepuasan nasabah”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses sosial dan manajerial dalam menciptakan dan mempertukarkan produk dan jasa bank yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, serta menciptakan kepuasan nasabah.

2.1.3.3 Konsep Pemasaran

Ritonga et al., (2018: 13-18) menyatakan bahwa pada manajemen pemasaran terdapat empat konsep yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan *marketing* suatu perusahaan yaitu konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, dan konsep pemasaran yang diuraikan sebagai berikut:

1. Konsep produksi

Konsep produksi menyatakan konsumen akan menyukai produk yang tersedia di berbagai tempat dengan harga yang murah. Pemahaman mengenai konsumen akan lebih tertarik pada kemudahan produk dan harga yang murah ini akan berlaku dalam dua situasi. Pertama adalah jika permintaan atas produk melebihi penawaran, situasi kedua adalah ketika biaya produksi tinggi dan harus diturunkan untuk memperluas jangkauan pasar. Beberapa organisasi jasa juga sering menerapkan konsep produksi.

2. Konsep produk

Konsep Produk menyebutkan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang bermutu, memiliki kinerja serta sebagai pelengkap inovatif yang terbaik. Konsep produk ini cenderung mengarahkan pada myopia pemasaran, atau hanya berfokus pada pemikiran dan perhatiannya pada produk secara fisik bukan untuk kebutuhan konsumen. Rancangan produk adalah perencanaan terhadap sebuah produk yang akan dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen kemudian menjabarkan persepsi dan preferensi konsumen melalui rancangan produknya.

3. Konsep penjualan

Penjualan adalah proses memindahkan barang dan jasa yang diperlukan orang-orang yang bekerja di bidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan, dan wakil pemasaran.

Secara implisit pandangan konsep penjualan adalah konsumen akan cenderung untuk tidak membeli produk yang tidak penting, konsumen didorong untuk membeli lebih banyak melalui berbagai usaha yang mendorong pembelian, dan tugas organisasi adalah untuk mengorganisir bagian yang sangat berorientasi pada penjualan sebagai kunci untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran adalah orientasi manajemen yang menekankan pada kunci pencapaian tujuan organisasi, terdiri dari kemampuan organisasi menentukan kebutuhan dan keinginan target pasar yang dituju dan kemampuan organisasi dalam memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para pesaing.

2.1.3.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Musfar (2020: 10) menyatakan bahwa bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang ada dalam suatu perusahaan yang mampu dikendalikan untuk mempengaruhi respon pasar sasaran. Suryani (2017: 27-29) menyatakan bahwa program pemasaran merupakan sebuah kegiatan operasional yang dilakukan pemasar bank. Program pemasaran ini menyangkut bauran pemasaran (7P), yang meliputi:

a. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan bank kepada nasabah. Produk perbankan dapat berupa simpanan, kredit/pembiayaan, dan jasa perbankan lainnya. Kualitas produk dapat dilihat dari kebaruan produk, keunggulan, manfaat produk yang ditawarkan, kekuatan nama/merek, mutu layanan yang menyertai produk, dan lain-lain.

b. *Price* (harga).

Bauran harga ini berkenaan dengan suku bunga yang ditetapkan, biaya, dan cara pembayaran atau yang lainnya yang terkait dengan biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditetapkan. Nasabah dalam memilih sebuah produk perbankan akan memperhatikan aspek harga dengan manfaat. Bank yang memberikan manfaat lebih besar dari

harga yang dibayar nasabah, yang akan dipilih oleh nasabah.

c. *Place* (tempat)

Tempat selama nasabah memanfaatkan produk dan jasa perbankan merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi pemilihan bank dan kepuasan nasabah. Maka, strategi penempatan yang diberikan oleh bank agar nasabah mudah mendapatkan layanan produk dan jasa perbankan harus menjadi perhatian dalam pengelolaan pemasaran. Tersedianya kantor cabang yang mudah dijangkau, ruang kantor yang strategis, mudah diakses dengan kendaraan umum, dan jaringan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang tersedia di banyak tempat merupakan strategi penting bagi bank untuk bersaing.

d. *Promotion* (promosi)

Komunikasi pemasaran merupakan cara yang dilakukan bank untuk mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Terdapat banyak strategi yang dapat dilakukan oleh bank agar nasabah mengenal dan memahami, tertarik serta memilih produk dan layanan yang ditawarkannya antara lain dengan cara beriklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, dan hubungan masyarakat.

e. *People* (orang)

Pegawai bank merupakan sumber daya penting yang memberikan pelayanan langsung kepada nasabah. Bagi masyarakat, unsur kompetensi, sikap, keramahan, dan aspek perilaku lainnya dari pegawai ketika melayani merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan kepada nasabah. Bank yang menawarkan manfaat utamanya adalah kepercayaan dalam bisnis sangat dipengaruhi oleh sikap dan perilaku pegawainya. Beberapa dimensi penting dalam pelayanan, seperti keahlian, kompetensi, dan kemampuan dalam melayani perlu menjadi perhatian utama.

f. *Physical evidence* (bukti fisik).

Penampilan fisik berupa fasilitas pelayanan yang ada di bank, seperti perlengkapan, penampilan para pegawai, dan sarana komunikasi yang digunakan merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran perbankan. Bank yang ruang tunggu tidak nyaman, pegawainya kurang rapi, dan ketersediaan perlengkapan minim, tentu kurang menarik bagi nasabah dibandingkan dengan bank yang ruangnya nyaman, pegawainya berpenampilan baik dan rapi, serta fasilitasnya terpelihara dengan baik.

g. *Processes* (proses).

Kecepatan dan kemudahan proses untuk menabung maupun mendapatkan kredit serta memanfaatkan layanan perbankan yang lain berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pemilihan Bank.

2.1.4 Kredit

2.1.4.1 Pengertian kredit

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan 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 meminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga”

Andrianto (2019: 2) menyatakan bahwa kredit merupakan kondisi penyerahan baik berupa uang, barang maupun jasa dari pihak satu (pemberi kredit) kepada pihak lainnya (pihak penerima kredit) dengan kesepakatan bersama untuk dapat diselesaikan dengan jangka waktu tertentu disertai adanya imbalan atas tambahan pokok tersebut.

Dari dua pengertian tersebut maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kredit merupakan suatu kegiatan pemberian uang, barang ataupun jasa antara bank kepada pihak lainnya melalui kesepakatan pinjam meminjam yang harus diselesaikan oleh peminjam pada saat waktu tertentu yang

disertai dengan adanya bunga atau imbalan dari kredit yang diberikan.

2.1.4.2 Fungsi Kredit

Kasmir (2016: 117-119) mengemukakan bahwa fungsi kredit secara luas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan daya guna uang

Dengan adanya kredit dapat meningkatkan daya guna uang, maksudnya dengan diberikannya kredit uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa oleh penerima kredit. Selain itu juga dapat memberikan penghasilan tambahan kepada pemilik dana.

2. Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

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

3. Untuk meningkatkan daya guna barang

Kredit yang diberikan oleh bank akan dapat digunakan oleh debitur untuk mengolah barang yang semula tidak berguna menjadi berguna atau bermanfaat. Biaya pengolahan barang tersebut diperoleh dari bank. Dengan demikian, fungsi kredit dapat meningkatkan daya

guna barang dari barang yang tidak berguna menjadi barang yang berguna.

4. Meningkatkan peredaran barang

Kredit dapat pula menambah atau memperlancar arus barang dari satu wilayah ke wilayah lainnya, sehingga jumlah barang yang beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya bertambah. Selain itu, kredit dapat pula meningkatkan jumlah barang yang beredar. Kredit untuk meningkatkan peredaran barang biasanya untuk kredit perdagangan atau kredit ekspor impor.

5. Sebagai alat stabilitas ekonomi

Dengan adanya kredit yang diberikan akan menambah jumlah barang yang diperlukan oleh masyarakat. Kredit dapat pula membantu mengekspor barang dari dalam negeri ke luar negeri, sehingga dapat meningkatkan devisa negara.

6. Untuk meningkatkan kegairahan berusaha

Bagi penerima kredit tentu akan dapat meningkatkan kegairahan berusaha, apa lagi bagi nasabah yang memang memiliki modal terbatas. Dengan memperoleh kredit, nasabah bergairah untuk dapat memperbesar atau memperluas usahanya.

7. Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan

Semakin banyak kredit yang disalurkan, maka akan semakin baik, terutama dalam hal meningkatkan pendapatan. Jika sebuah kredit diberikan untuk membangun pabrik, maka pabrik tersebut tentu membutuhkan tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran. Di samping itu, bagi masyarakat sekitar pabrik juga akan dapat memperoleh pendapatan seperti gaji bagi karyawan yang bekerja di pabrik dan membuka warung atau menyewa rumah kontrakan atau jasa lainnya bagi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi pabrik.

8. Untuk meningkatkan hubungan internasional

Dalam hal pinjaman internasional akan dapat meningkatkan saling membutuhkan antara penerima kredit dengan pemberi kredit. Pemberian kredit oleh negara lain akan meningkatkan kerjasama di bidang lainnya, sehingga dapat pula tercipta perdamaian dunia.

2.1.4.3 Jenis-jenis kredit

Kasmir (2016: 120-123) menyatakan bahwa dalam praktiknya kredit yang diberikan untuk masyarakat terdiri dari berbagai jenis. Secara umum jenis-jenis kredit dapat dilihat dari berbagai segi antara lain:

1. Dilihat dari segi kegunaan

- a. Kredit investasi, merupakan kredit jangka panjang yang biasanya digunakan untuk keperluan perluasan usaha atau membangun proyek/pabrik baru atau untuk keperluan rehabilitasi. Contoh kredit investasi misalnya untuk membangun pabrik atau membeli mesin-mesin. Masa pemakaiannya untuk suatu periode yang relatif lebih lama dan dibutuhkan modal yang relatif besar pula.
- b. Kredit modal kerja merupakan kredit yang digunakan untuk keperluan meningkatkan produksi dalam operasionalnya. Sebagai contoh kredit modal kerja diberikan untuk membeli bahan baku, membayar gaji pegawai atau biaya-biaya lainnya yang berkaitan dengan proses produksi perusahaan.

2. Dilihat dari segi tujuan

- a. Kredit produktif, yaitu kredit yang digunakan untuk peningkatan usaha, produksi, atau investasi. Kredit ini diberikan untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagai contohnya kredit untuk membangun pabrik yang nantinya akan menghasilkan barang dan kredit pertanian akan menghasilkan produk pertanian, kredit pertambangan menghasilkan bahan tambang, atau kredit industri akan menghasilkan barang industri.

- b. Kredit konsumtif, yaitu kredit yang digunakan untuk dikonsumsi secara pribadi. Dalam kredit ini tidak ada penambahan barang dan jasa yang dihasilkan, karena memang untuk digunakan atau dipakai oleh seseorang atau badan usaha. Sebagai contoh kredit perumahan, kredit mobil pribadi, kredit perabotan rumah tangga, dan kredit konsumtif lainnya.
 - c. Kredit perdagangan, yaitu kredit yang diberikan kepada pedagang dan digunakan untuk membiayai aktivitas perdagangannya seperti untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan barang dagangan tersebut. Kredit ini sering diberikan kepada *supplier* atau agen-agen perdagangan yang akan membeli barang dalam jumlah besar. Contoh kredit ini misalnya kredit ekspor dan impor.
3. Dilihat dari segi jangka waktu
- a. Kredit jangka pendek, yaitu kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari satu tahun atau paling lama satu tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja.
 - b. Kredit jangka menengah, yaitu jangka waktu kreditnya berkisar antara satu tahun sampai dengan tiga tahun dan biasanya kredit ini digunakan untuk melakukan investasi.

- c. Kredit jangka panjang, yaitu kredit yang masa pengembaliannya paling panjang. Kredit jangka panjang waktu pengembaliannya di atas tiga tahun atau lima 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. Kredit jenis ini diberikan dengan melihat prospek usaha, karakter, serta loyalitas atau nama baik calon debitur selama berhubungan dengan bank atau pihak lain.
5. Dilihat dari segi sektor usaha
- a. Kredit pertanian, merupakan kredit yang dibiayai untuk sektor perkebunan atau pertanian. Sektor usaha pertanian dapat berupa jangka pendek atau jangka panjang.
 - b. Kredit peternakan, merupakan kredit yang diberikan untuk sektor peternakan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Untuk jangka pendek misalnya peternakan ayam dan jangka panjang ternak kambing atau ternak sapi.

- c. Kredit industri, merupakan kredit yang diberikan untuk membiayai industri, baik industri kecil, industri menengah, atau industri besar.
- d. Kredit pertambangan, merupakan kredit yang diberikan kepada usaha tambang. Jenis usaha tambang yang dibiayainya biasanya dalam jangka panjang, seperti tambang emas, minyak, atau timah.
- e. Kredit pendidikan, merupakan kredit yang diberikan untuk membangun sarana dan prasarana pendidikan atau dapat pula berupa kredit untuk para mahasiswa.
- f. Kredit profesi, merupakan kredit yang diberikan kepada para kalangan profesional seperti, dosen, dokter, atau pengacara.
- g. Kredit perumahan, yaitu kredit untuk membiayai pembangunan atau pembelian perumahan dan biasanya berjangka panjang.
- h. Dan sektor-sektor lainnya.

2.1.5 Pengertian Pensiun

Hery (2019: 211) menyatakan bahwa pensiun adalah hak seseorang untuk memperoleh penghasilan setelah bekerja sekian tahun dan sudah memasuki usia pensiun atau ada sebab-sebab dan sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan.

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”

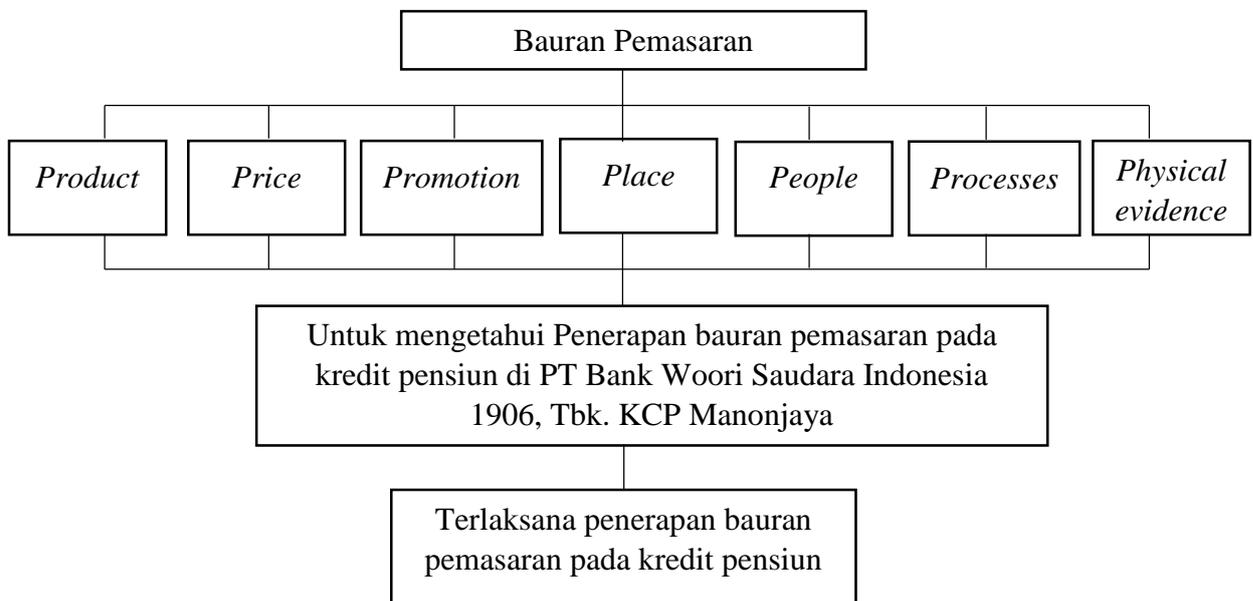
Berdasarkan pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pensiun adalah hak seorang pegawai yang telah mengabdikan selama bertahun-tahun berupa penghasilan yang didapatkan setelah memasuki waktu pensiun yang telah ditetapkan.

2.2 Pendekatan Masalah

Kegiatan perkreditan merupakan kegiatan utama dalam perbankan, karena tingkat keuntungan yang dihasilkan dari perkreditan sangat besar, salah satu jenis kredit diantaranya adalah kredit pensiun. Kredit pensiun merupakan kredit yang diberikan kepada para pensiunan.

Sampai saat ini banyak sekali bank yang menawarkan kredit pensiun, sehingga masing-masing bank berlomba untuk menciptakan fasilitas terbaik dalam pemberian kreditnya. Dengan demikian adanya pemasaran sangat diperlukan bagi setiap bank, strategi yang dapat dijalankan dalam pemasaran bank adalah dengan metode bauran pemasaran 7P yang meliputi *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan processes*. Dengan menerapkan metode tersebut maka pemasaran bank akan berjalan dengan baik.

Adapun skema pendekatan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Pendekatan Masalah

Sumber: Data diolah oleh penulis