

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang memiliki mayoritas penduduk beragama Islam. Seharusnya lebih banyak orang yang memahami keuangan syariah dan tertarik menggunakan lembaga keuangan syariah. Pada kenyataannya, sebagian besar masyarakat Islam di Indonesia masih lebih suka menggunakan lembaga keuangan konvensional daripada lembaga keuangan syariah, yang dilarang karena terlibat dalam riba. Bank Islam adalah salah satu institusi keuangan di Indonesia yang mengikuti hukum syariah (Fauzi & Murniawaty, 2020).

Masyarakat Indonesia mungkin sudah mengenal lembaga keuangan syariah, namun belum sepenuhnya memahami produk dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Akibatnya, mereka tidak tertarik untuk menggunakan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah (Revonnarta et al., 2021). Seolah-olah hanya nama yang membedakan mereka, kebanyakan orang menyamakan bank syariah dengan bank konvensional. Hal ini terjadi karena rendahnya pemahaman masyarakat terhadap karakteristik perbankan syariah, seperti prinsip bagi hasil, akad, dan larangan riba, sehingga memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah (Fadillah, 2025). Pengelola bank tidak melakukan promosi yang cukup luas. Mereka gagal menemukan metode paling efektif untuk mendorong masyarakat menggunakan tabungan yang disediakan oleh bank syariah (Musyaffa & Iqbal, 2022).

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap barang dan jasa berbasis syariah mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Bank syariah tidak hanya merupakan opsi, tetapi juga merupakan komponen penting dari sistem keuangan nasional. Bank BTN Syariah adalah salah satu

bank syariah yang aktif dan terus berusaha menawarkan produk dan layanan tabungan sesuai prinsip syariah, termasuk di Kantor Cabang (KC) Cirebon. Kenyataannya, banyak variabel, terutama tingkat promosi dan kualitas pelayanan, mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Promosi berfungsi sebagai alat komunikasi untuk memperkenalkan barang dan manfaat tabungan syariah. Peluang bank untuk menarik dan mempertahankan klien lama meningkat dengan strategi promosi dan kualitas pelayanan yang lebih tepat (Mustamin & Jasri, 2022). Sebaliknya, kualitas pelayanan merupakan kunci utama dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Pelayanan yang cepat, ramah, sesuai prinsip syariah, dan transparan mampu meningkatkan kepuasan nasabah serta mendorong minat menabung. Dengan demikian, promosi yang efektif perlu didukung oleh kualitas pelayanan yang baik agar dapat berpengaruh secara optimal terhadap minat menabung nasabah (Putri & Susanto, 2022).

**Grafik 1.1**

### Grafik Trend Pertumbuhan Industri Keuangan Syariah



Sumber: *Sharia Economic Outlook, 2024*

Grafik 1.1 menjelaskan pertumbuhan total aset keuangan syariah (garis merah) pada tahun 2018 sebesar Rp1289,67 triliun, tahun 2019 sebesar Rp1468,12 triliun, tahun 2020 sebesar Rp1801,45 triliun, tahun

2021 sebesar Rp2050,52 triliun, tahun 2022 sebesar Rp 2375,83 triliun, tahun 2023 September sebesar Rp2452,56 triliun. Kenaikan tersebut sejalan dengan tren pertumbuhan industri keuangan syariah dalam lima tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai kebijakan penguatan ekonomi syariah mulai memberikan hasil positif. Namun demikian, pangsa pasar keuangan syariah masih berada di angka 10,81%, yang mengindikasikan peluang besar untuk terus dikembangkan, terutama karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, yakni sekitar 236 juta jiwa atau 84,35% dari total populasi (data kependudukan nasional). Angka tersebut memperlihatkan bahwa meskipun pertumbuhan cukup signifikan, potensi pengembangan perbankan syariah masih sangat besar. Sejalan dengan perkembangan positif perbankan syariah nasional, Unit Usaha Syariah (UUS) BTN juga menunjukkan pertumbuhan bisnis yang konsisten. Hal ini terlihat dari kinerja yang terus meningkat. Pada Desember 2024, UUS BTN mencatat pencapaian optimal dengan pertumbuhan aset sebesar 11,55% (yoy), dari Rp54,29 triliun di Desember 2023 menjadi Rp60,56 triliun (audited). Kenaikan aset ini didukung oleh pembiayaan yang mencapai Rp43,89 triliun atau naik 18,36% (yoy), serta Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terhimpun sebesar Rp49,62 triliun atau tumbuh 18,71% (yoy).

**Grafik 1.2**

**Grafik Simpanan Syariah**



Sumber: *Sharia Economic Outlook*, 2024

Grafik 1.2 menjelaskan bahwa giro syariah pada tahun 2023 sebesar Rp14,17 triliun dan tahun 2024 sebesar Rp14,49 triliun, terjadi kenaikan sebesar Rp0,32 triliun. Artinya, penggunaan giro syariah relatif stabil, karena produk ini lebih banyak digunakan oleh nasabah korporasi atau lembaga untuk keperluan transaksi harian. Tabungan Syariah pada tahun 2023 sebesar Rp6,75 triliun dan tahun 2024 sebesar Rp6,99 triliun, terjadi kenaikan sebesar Rp0,24 triliun. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan minat masyarakat dalam menabung di bank syariah, meskipun pertumbuhannya tidak terlalu signifikan. Meskipun secara nominal masih berada di bawah giro dan deposito, tabungan syariah tetap menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Deposito Syariah tahun 2023 sebesar Rp20,89 triliun 2024 sebesar Rp21,38 triliun, terjadi kenaikan sebesar Rp0,49 triliun. Deposito syariah menjadi simpanan terbesar dan paling dominan dibandingkan tabungan dan giro, menunjukkan bahwa masyarakat masih lebih cenderung menyimpan dana dalam jangka waktu tertentu dengan akad syariah (mudharabah) untuk memperoleh bagi hasil.

Meskipun deposito syariah mengalami peningkatan terbesar dan menjadi simpanan paling dominan, tabungan syariah tetap menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat menggunakan tabungan syariah untuk kebutuhan transaksi harian, sementara deposito dipilih untuk tujuan investasi jangka menengah hingga panjang.

Informasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat fenomena empiris terkait perkembangan simpanan syariah di bank BTN Syariah KC Cirebon. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Widia bagian *customer service* pada tanggal 24 September 2025, diperoleh informasi mengenai perkembangan jumlah nasabah dan jenis simpanan syariah dalam lima tahun terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Simpanan Syariah 2020-2024 di BTN Syariah KC**  
**Cirebon**

Jenis Simpanan	Tahun	Jumlah Nasabah	Keterangan
Tabungan Syariah	2020-2024	50.000	Rata-Rata 10.000 nasabah baru setiap tahunnya, mayoritas nasabah KPR, aktif menabung.
Deposito Syariah	2020-2024	±100	Jumlah kecil, fleksibel karena dana sering dicairkan sesuai kebutuhan.
Giro Syariah	2020-2024	±5.000	Satu nasabah bisa memiliki lebih dari satu rekening giro.

Sumber: Bank BTN Syariah KC Cirebon (Wawancara: Narasumber Ibu Widia bagian *Customer Service* pada tanggal 24 September 2025)

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa tabungan syariah menjadi produk dengan jumlah nasabah paling besar yaitu 50.000 nasabah dari tahun 2020-2024. Jumlah stabil dengan penambahan sekitar 10.000 nasabah baru setiap tahunnya. Seluruh nasabah tersebut tergolong aktif menabung karena mayoritas merupakan nasabah KPR yang wajib menyetorkan angsuran setiap bulannya. Hal ini dapat terjadi karena adanya keterkaitan langsung antara produk tabungan dan pembiayaan KPR, sehingga nasabah tetap mempertahankan rekening tabungannya. Deposito Syariah jumlahnya relatif kecil yaitu sekitar 100 nasabah dari tahun 2020-2024. Karakteristik penarikan dana yang fleksibel, karena nasabah dapat mencairkan dananya kapan saja sesuai kebutuhan. Giro syariah memiliki sekitar 5.000 nasabah

dari tahun 2020-2024, di mana dalam praktiknya satu nasabah bisa memiliki lebih dari satu rekening giro.

**Tabel 1.2**

**Data Nasabah Tabungan per Januari-Juni 2025 di BTN Syariah KC  
Cirebon**

Periode	Jumlah Nasabah	Keterangan
Januari-Juni 2025	4.630	Total tabungan aktif tahun 2025

Sumber: Bank BTN Syariah KC Cirebon (Wawancara: Narasumber Ibu Widia bagian *Customer Service* pada tanggal 24 September 2025)

Tabel 1.2 jika dilihat dari data per 1 Januari sampai Juni 2025, jumlah total nasabah tabungan aktif sebanyak 4.630 nasabah. Angka ini mempresentasikan perkembangan terbaru pada pertengahan tahun berjalan. Untuk jenis tabungan, terdapat beragam jenis produk yang ditawarkan, yaitu Tabungan Batara ib, Tabungan Berkah ib, Tabungan Haji dan Umroh, Tabunganku, Tabungan Qurban, Tabungan Emas, serta Simpanan Pelajar (Simpel). Dari seluruh jenis tabungan tersebut yang paling dominan adalah Tabungan Batara ib dan Tabungan Haji dan Umroh ib, dengan kontribusi mencapai 70% dari total 50.000 nasabah tabungan.

**Tabel 1.3**

**Tabel Posisi Dana Simpanan Syariah**

**Tabel Posisi Dana Simpanan Syariah** (dalam jutaan Rupiah)

Simpanan Syariah	2024	2023	Kenaikan/Penurunan	
			Nominal	Persentase
Giro Syariah	19.824.691	14.165.526	5.659.165	39,95%
Tabungan Syariah	7.809.712	6.749.835	1.059.877	15,70%
Deposito Syariah	21.987.804	20.887.524	1.100.280	5,27%
<b>Jumlah Posisi Dana Simpanan Syariah</b>	<b>49.622.207</b>	<b>41.802.885</b>	<b>7.819.322</b>	<b>18,71%</b>

Sumber: *Annual Report, 2024*

Tabel 1.3 menjelaskan dalam hal produk simpanan syariah, perseroan menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui Unit Usaha Syariah dengan menyediakan produk Giro, Tabungan, dan Deposito Syariah. Pada tahun 2024, total dana simpanan syariah mencapai Rp49,62 triliun, naik 18,71% dibandingkan tahun 2023 yang sebesar Rp41,80 triliun. Kenaikan ini terutama didorong oleh pertumbuhan nominal Giro Syariah sebesar Rp5,66 triliun atau 39,95%. Selain itu, Tabungan Syariah meningkat sebesar 15,70% dan Deposito Syariah juga tumbuh 5,27%.

**Tabel 1.4**

**Tabel Posisi Volume Rekening Simpanan Syariah**

Tabel Posisi Volume Rekening Simpanan Syariah (dalam rekening)

Simpanan Syariah	2024	2023	Kenaikan/Penurunan	
			Nominal	Persentase
Giro Syariah	76.270	61.128	15.142	24,77%
Tabungan Syariah	1.334.915	1.191.847	143.068	12,00%
Deposito Syariah	10.820	10.957	(137)	(1,25%)
<b>Jumlah Posisi Volume Rekening Simpanan Syariah</b>	<b>1.422.005</b>	<b>1.263.932</b>	<b>158.073</b>	<b>12,51%</b>

Sumber: *Annual Report, 2024*

Tabel 1.4 menjelaskan bahwa Pada tahun 2024, jumlah rekening simpanan syariah mengalami pertumbuhan sebesar 12,51%, yaitu dari 1.263.932 rekening di tahun 2023 menjadi sekitar 1.422.005 rekening. Peningkatan terbesar berasal dari Giro Syariah, yang tumbuh hingga 24,77% sehingga menjadi kontributor utama dalam kenaikan tersebut. Produk Tabungan Syariah juga menunjukkan peningkatan volume sebesar 143.068 rekening atau sekitar 12,00% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebaliknya, Deposito Syariah justru mengalami penurunan volume rekening sebesar

1,25% pada tahun 2024. Perkembangan ini menunjukkan bahwa kenaikan Giro Syariah dan Tabungan Syariah, yang disertai penurunan pada Deposito Syariah, merupakan dampak dari strategi bank dalam mendorong pertumbuhan CASA dan DPK ritel.

Fenomena lapangan hasil observasi awal yang dilakukan di BTN Syariah KC Cirebon (Wawancara bersama Pak Taufiq bagian *customer service* pada tanggal 1 Oktober 2025) promosi yang dilakukan oleh BTN Syariah KC Cirebon cukup beragam dan memanfaatkan berbagai media sosial, televisi untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat. Selain itu, BTN Syariah KC Cirebon juga menawarkan berbagai produk perbankan, diantaranya prroduk tabungan, giro, deposito. Namun, meskipun bentuk promosi ini cukup beragam, pelaksanaannya masih memiliki ruang untuk ditingkatkan seperti, pemanfaatan media digital dan sosial media belum maksimal, sehingga jangkauan promosi terhadap generasi muda dan calon nasabah potensial masih bisa diperluas. Selain itu, promosi offline yang sifatnya *event-based* belum dilakukan secara konsisten sehingga dampaknya belum merata.

Kualitas pelayanan yang diterapkan di BTN Syariah KC Cirebon mengacu pada standar perusahaan yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan nasabah dalam bidang perbankan. Layanan yang diberikan tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga diupayakan agar mampu melebihi harapan nasabah. Hal ini diwujudkan melalui sikap ramah, responsif, dan professional dari karyawan, serta penyediaan fasilitas yang mendukung kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan di BTN Syariah KC Cirebon adalah prima, sesuai dengan standar nasional BTN Syariah dan didukung oleh penerapan SOP (standar operasional prosedur) yang efisien serta fokus pada kepuasan nasabah. Namun, di tingkat cabang seperti di Cirebon, kualitas pelayanan masih bisa menjadi perhatian, beberapa studi sebelumnya menunjukkan adanya kekurangan pelayanan di beberapa

cabang. Hal ini menandakan bahwa meskipun secara nasional kualitas layanan telah diakui terbukti dari penghargaan yang diraih BTN Syariah dalam ajang *Bank Service Excellence Monitor 2023* karena kinerja layanan yang prima, meskipun pada tahun 2025 ini ada proses transformasi menjadi Bank Syariah Nasional (BSN) sebagai bagian dari *spin-off* dari PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Tingkat pelayanan antar cabang bisa berbeda-beda. Artinya, kualitas pelayanan di BTN Syariah KC Cirebon masih berpotensi untuk ditingkatkan, terutama agar tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah, tetapi juga mampu melebihi harapan pelanggan.

Fenomena yang terjadi di BTN Syariah KC Cirebon menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah di wilayah ini terus mengalami perkembangan. Meskipun BTN Syariah masih berstatus Unit Usaha Syariah (UUS) dan sedang dalam proses *spin-off* menuju bank syariah penuh, pertumbuhan jumlah nasabah tetap terlihat positif. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan jumlah rekening, baik tabungan, giro, maupun deposito, serta adanya kenaikan signifikan pada pembiayaan KPR setiap tahunnya. Menariknya, sebagian besar nasabah tabungan BTN Syariah juga merupakan nasabah KPR, sehingga produk pembiayaan ini menjadi salah satu daya tarik utama. Dari sisi kualitas pelayanan, BTN Syariah KC Cirebon telah menerapkan sistem pelayanan yang sesuai standar, seperti pelayanan berbasis antrian dan kemudahan dalam proses pembukaan rekening untuk keperluan KPR perumahan. Sementara itu dari sisi promosi, bank telah memanfaatkan berbagai media serta program khusus untuk memperkenalkan produk-produknya. Namun, permasalahannya adalah promosi dan kualitas pelayanan belum sepenuhnya menjadi faktor utama dalam mendorong minat menabung. Banyak nasabah yang menabung karena kebutuhan terkait KPR, bukan murni karena tertarik pada produk tabungan. Artinya, meskipun promosi dan pelayanan berjalan cukup baik, minat menabung masyarakat masih sangat bergantung pada kebutuhan tertentu, khususnya pembiayaan rumah. Hal ini menunjukkan beberapa fenomena yang menarik. Promosi masih terbatas pada brosur dan media

digital resmi, sementara penggunaan media sosial masih kurang optimal pertumbuhan tabungan syariah stagnan, terutama di kalangan nasabah muda yang lebih tertarik pada bank digital berbasis aplikasi dan nasabah beberapa mengeluh tentang waktu pelayanan yang relatif lama di teller. Namun, faktor kepercayaan dan prinsip syariah membuat nasabah lama tetap memilih BTN Syariah. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa BTN Syariah KC Cirebon memiliki peluang tantangan sekaligus untuk meningkatkan minat menabung nasabah melalui strategi promosi yang lebih kreatif dan kualitas pelayanan yang lebih responsif.

Persaingan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan ritel, termasuk tabungan pelanggan, semakin intensif setelah merger bank syariah besar dan perluasan layanan digital. Bank syariah didorong untuk meningkatkan promosi dan fokus pada peningkatan layanan untuk mendorong minat nasabah untuk menabung sebagai hasil dari peningkatan produk dan saluran distribusi seperti mobile banking (Bella, 2023).

Sebagai lembaga perbankan syariah yang berkonsentrasi pada pembiayaan ritel dan pembiayaan perumahan, BTN Syariah melakukan berbagai inisiatif untuk mempromosikan dan mengembangkan layanan yang ditawarkannya. Penelitian tentang pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Kota Cirebon sangat relevan untuk pengembangan strategi pemasaran dan kebijakan layanan di unit BTN Syariah setempat karena demografi dan potensi segmen ritel di kota tersebut, termasuk pegawai, pedagang, dan pelajar. Selain itu, laporan tahunan dan penelitian lapangan menunjukkan bahwa bank syariah telah mengutamakan layanan digital dan promosi produk dalam beberapa tahun terakhir (Bayhaqy, 2023).

Sejak merger bank syariah milik BUMN pada tahun 2021, perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Untuk menarik minat masyarakat dalam menabung, bank syariah perlu meningkatkan strategi promosi serta kualitas pelayanan. Saat ini,

persaingan antar bank semakin ketat, khususnya pada segmen ritel dengan produk tabungan. Promosi berperan penting sebagai sarana pemasaran untuk memperkenalkan produk dan membangun persepsi positif di benak nasabah. Selain itu, kualitas pelayanan juga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Indikator kualitas pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap minat nasabah untuk terus menggunakan layanan tabungan syariah (Rahmawati, 2022).

Kualitas pelayanan dan promosi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap minat menabung nasabah. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh promosi terhadap minat menabung. Promosi menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keinginan nasabah untuk menabung di bank syariah. Melalui kegiatan promosi, bank syariah dapat memperkenalkan produk dan layanan kepada masyarakat sehingga menumbuhkan ketertarikan untuk menggunakannya (Salma et al., 2021). Oleh karena itu, menurut Nengsih et al., (2021) lembaga keuangan syariah perlu memanfaatkan strategi promosi secara optimal guna meningkatkan penjualan serta memperluas pemahaman masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah. Sejalan dengan hal tersebut, Faizah (2022) menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

Faktor kedua yang memengaruhi keinginan nasabah untuk menabung di bank syariah adalah kualitas pelayanan. Meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan syariah mendorong perlunya kajian terhadap temuan penelitian terdahulu yang menyoroti aspek kualitas pelayanan sebagai upaya menemukan solusi ke depan. Kualitas pelayanan yang baik mampu menarik dan mempertahankan nasabah untuk menabung. Penelitian yang dilakukan oleh Hanan (2021) dan Bella et al., (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Namun, hasil

yang berbeda ditemukan oleh Musyaffa dan Iqbal (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak selalu menjamin peningkatan minat menabung nasabah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya research gap, sehingga diperlukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung.

Temuan tersebut memperlihatkan adanya perbedaan dalam penelitian beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan, sementara yang lain menemukan bahwa kualitas pelayanan bervariasi dari satu penelitian ke penelitian lain. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting dilakukan di BTN Syariah KC Cirebon, dengan mempertimbangkan konteks lokal dan fenomena yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran empiris tentang bagaimana promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon, yang menjadi relevan secara akademis, teoritis, dan praktis.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin memberikan penjelasan tentang mempengaruhi minat menabung. Oleh karena itu, peneliti berfokus pada masalah **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di BTN Syariah KC Cirebon”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah yang terjadi, yaitu:

1. Secara nasional, struktur Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah masih di dominasi oleh deposito dibandingkan tabungan dan giro.
2. Meskipun produk tabungan merupakan jenis simpanan dengan jumlah nasabah terbanyak di BTN Syariah KC Cirebon, optimalisasi minat menabung nasabah masih perlu ditingkatkan agar bersifat berkelanjutan.

3. Strategi promosi yang dilakukan oleh BTN Syariah KC Cirebon belum sepenuhnya optimal, khususnya dalam pemanfaatan media digital dan kegiatan berbasis komunitas.
4. Kualitas pelayanan pada tingkat cabang masih menunjukkan variasi, terutama dalam aspek kecepatan layanan, responsivitas, dan kenyamanan fasilitas.
5. Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung, sehingga perlu diteliti ulang dalam konteks BTN Syariah KC Cirebon.

### **C. Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah ini agar lebih terarah dan tidak terlalu luas supaya penelitian ini sesuai dengan topik yang dibahas. Dalam hal ini peneliti berfokus pada objek penelitian variabel promosi dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas serta minat menabung sebagai variabel terikat. Subjek penelitian ini adalah nasabah yang memiliki tabungan aktif di BTN Syariah KC Cirebon. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada semester ganjil pada tahun akademik 2025/2026.

### **D. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon?
3. Seberapa besar kemampuan promosi dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon.
3. Untuk menganalisis kemampuan promosi dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan minat menabung nasabah di BTN Syariah KC Cirebon.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah, khususnya terkait pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung.
  - b. Menjadi referensi tambahan dalam kajian pemasaran jasa syariah (*islamic marketing*), terutama yang berkaitan dengan perilaku nasabah bank syariah.
  - c. Menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi minat menabung masyarakat di lembaga keuangan syariah.
2. Secara Praktis
  - a. Memberikan informasi kepada BTN Syariah KC Cirebon, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi promosi dan peningkatan kualitas pelayanan supaya lebih efektif menarik minat menabung masyarakat.
  - b. Bagi pemerhati ekonomi dan praktisi keuangan syariah, hasil penelitian ini dapat digunakan sesuai gambaran empiris mengenai perilaku nasabah dalam memilih produk tabungan syariah.
  - c. Bagi peneliti dan akademisi penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk membuat penelitian ini lebih mudah dipahami oleh pembaca, penulisan disusun secara sistematis. Berikut adalah prosedur yang digunakan:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini membahas latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori membantu peneliti memahami semua variabel yang membentuk karya ilmiah yang akan disusun. Pada bab ini memuat literatur review, landasan teori, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dibuat nyata dengan menggunakan metodologi penelitian. Pendekatan penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, statistik deskriptif, model pengukuran, model struktural, dan uji hipotesis.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Menjelaskan hasil analisis data yang dilakukan selama penelitian. Data diolah menggunakan SmartPLS dengan uji validitas konvergen (*convergent validity*), *outer loading*, uji validitas diskriminan (*discriminant validity*) meliputi *fornell-larcker*, *heterotrait-monotrait ratio*, *cross loading*, uji reliabilitas *cronbach Alpha* dan *composite reliability*, serta uji *Average Variance Extracted (AVE)*, *R-square*, *F-square*, dan uji hipotesis (*bootstrapping*) serta mencakup pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bagian akhir yang memuat kesimpulan, dan saran.