

**PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT
MASYARAKAT SIMANGAMBAT MENABUNG DI BANK SUMUT
SYARIAH KCP PANYABUNGAN (STUDI KASUS MASYARAKAT
SIMANGAMBAT KECAMATAN SIABU KABUPATEN
MANDAILING NATAL)**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Perbankan Syariah*

**Oleh:
DEWI USNAINI
NIM: 20150013**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2024**

LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Dewi Usnaini

Nim : 20150013

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat Simangambat menabung di bank Sumut Syariah KCP Panyabungan (Studi Kasus Masyarakat Simangambat Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik orang lain. Semua sumber yang dikutip/dirujuk telah tertulis sesuai kaidah ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku bila dikemudian hari saya membuat pernyataan yang tidak benar.

Panyabungan, Agustus 2024



Dewi Usnaini
NTM. 20150013

LEMBAR PERESETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Dewi Usnaini, NIM: 20150013 dengan judul: **“PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT SIMANGAMBAT MENABUNG DI BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN (STUDI KASUS MASYARAKAT SIMANGAMBAT KECAMATAN SIABU KABUPATEN MANDAILING NATAL”**.

Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk mengikuti sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pembimbing I



SATRIA DARMA, ME
NIP.198710202019031009

Panyabungan, Agustus 2024

Pembimbing II



ALI TOPAN LUBIS, S.H.I, ME
NIP. 198312252019031006

LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Simangambat Menabung Di BANK SUMUT SYARIAH KCP PANYABUNGAN (Studi Kasus Masyarakat Simangambat Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal**" a.n DEWI USNAINI NIM. 20150013, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 23 Agustus 2024.

Demikian persetujuan ini diberikan, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
<u>Arwin, M.A</u> NIP. 198512162019031007	Ketua/Penguji I		11 - 2024
<u>Tentiyo Suharto, M.H</u> NIP. 19860512201981001	Sekretaris/Penguji II		5/11 - 2024.
<u>Ali Topan Lubis, S.H, M.E.I</u> NIP. 198312252019031006	Penguji III		7/11 - 2024
<u>Rukiah, M.Si</u> NIP. 198006222007102004	Penguji IV		11/11 - 2024

Mandailing Natal, September 2024

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada beliau junjungan kita nabi agung Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita, serta keluarganya, sahabat-sahabatnya dan orang-orang yang senantiasa menjaga kesucian jiwanya hingga akhir hayat.

Dengan penuh syukur, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, bantuan, bimbingan dan motivasi dalam proses penyelesaian proposal skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag, selaku ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (STAIN MADINA), yang telah memberi bimbingan dan arahan terhadap penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Arwin, SHI, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Satria Darma, ME selaku Dosen Pembimbing I yang juga senantiasa memberikan bimbingan, arahan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Ali Topan Lubis, S.H.I, ME selaku Dosen Pembimbing II yang juga senantiasa memberikan bimbingan, arahan, masukan, kemudahan dan motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama peneliti kuliah di Sekolah Tinggi Agama Islam Mandailing Natal (STAIN MADINA).

1. Kedua orang tua peneliti, Ayahanda Soripada dan Ibunda Jaria Lubis yang tak hentinya memberikan doa, perhatian, kasih sayang, serta dukungannya sehingga peneliti bisa sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh informan dalam penelitian ini yang telah memberikan data dan informasi terkait judul penelitian sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Seluruh pejabat dan staf serta pengurus Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
4. Sahabat seperjuangan Riadoh Lubis dan Nur Atika selaku sahabat seperjuangan mulai dari masa perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi. Terima kasih sudah menjadi partner terbaik selama 4 tahun.
5. Teman-teman Perbankan Syariah A angkatan 2020 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis
6. Seluruh pihak yang belum dapat peneliti sampaikan, peneliti hanya bisa berdo'a, segala dukungan, bantuan dan bimbingan dari semua pihak menjadi amal ibadah yang diterima oleh Allah SWT, dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.
7. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah bertanggung jawab atas apa yang sudah dimulai dan diselesaikan dengan sebaik mungkin. Terimakasih sudah bertahan dan menikmati proses yang bisa dibilang tidak mudah ini

Demikian, besar harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti khususnya dan umumnya bagi masyarakat juga bagi kampus tercinta, Sekolah Tinggi Agama Islam Mandailing Natal (STAIN MADINA).

.....*Amiin ya rabbal 'Alamin*.....

Panyabungan, 30 Agustus 2024



Dewi Usnaini
NIM. 20150013

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penjelasan Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Promosi	11
1. Pengertian Promosi.....	11
2. Fungsi Promosi.....	12
3. Tujuan Promosi	13
4. Macam-macam Media Promosi.....	15
B. Pelayanan	17
1. Pengertian Pelayanan.....	17
2. Kualitas Pelayanan	18
C. Minat Menabung Masyarakat Desa Simangambat	23
1. Pengertian Minat	23
D. Penelitian yang Relevan	25
E. Kerangka Berfikir.....	28
F. Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Variabel Penelitian	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Instrumen Penelitian.....	35
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Temuan Umum	40
1. Sejarah Singkat Desa Simangambat	40
2. Sejarah singkat Bank SUMUT Syariah	41
3. Agama dan Pendidikan	41
4. Keadaan Ekonomi	43
B. Temuan Khusus	43
1. Jenis Kelamin	45
2. Usia.....	45
3. Pendidikan Terakhir	46
C. Hasil Analisis Data.....	46
1. Pengujian Kualitas Data.....	46
2. Pengujian Asumsi Dasar	50
3. Pengujian Hipotesis	54
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran/Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
DOKUMENTASI.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah penduduk Kelurahan Simangambat menurut agama dan Kepercayaan.....	42
Tabel 4.2 Fasilitas ibadah yang ada di Kelurahan Simangambat.....	42
Tabel 4.3 Jumlah sarana pendidikan formal di Kelurahan Simangambat Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal	43
Tabel 4.4 Jenis mata pencaharian masyarakat Kelurahan Simangambat.....	43
Tabel 4.5 Penyebaran kuesioner.....	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pearson Promosi (X1).....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pearson Pelayanan (X 2).....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pearson Minat Menabung (Y)	49
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas kuesioner.....	50
Table 4.13 Uji Nomalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson (dW)	52
Tabel 4.15 Uji Multikoleniaritas Model Penelitian	53
Table 4.16 Uji Heteroskedastisitas metode Glejser Variabel Penelitian	54
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	56
Tabel 4.18 Hasil Uji F Simultan.....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji t Parsial Model Penelitian	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuessioner

Lampiran 2 Lampiran Output SPSS

Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 4 Lampiran Data Responden

Lampiran 5 Pengantar Surat Izin Penelitian dari STAIN MADINA

Lampiran 6 Lembar Kontrol Konsultasi Skripsi Pembimbing I

Lampiran 7 Lembar Kontrol Konsultasi Skripsi Pembimbing II

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا.

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan
Kesanggupannya...” (Al-Baqarah: 286)

“Man Jadda Wajada, Man Shabara Zhafira, Man Saara Ala darbi
Washala”

(Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil, siapa yang sabar akan
beruntung, siapa yang berjalan di jalan-Nya akan sampai di tujuan)

“Berlelah-lelahlah, maka manisnya hidup akan terasa setelah kau berlelah lelah”
-Imam Syafi’i.

ABSTRAK

Dewi Usnaini (NIM. 20150013). Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap minat masyarakat Simangambat menabung di Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan (Studi Kasus Masyarakat Simangambat Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal) Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) mandailing Natal. Promosi dan pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat menabung, semakin baik promosi dan pelayanan dapat meningkatkan minat menabung masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat Simangambat menabung di bank Sumut Syariah KCP Panyabungan. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan penelitian dengan menggunakan sampel masyarakat Simangambat dengan metode *purposive sampling*. Variabel penelitian ini terdiri dari, promosi (X1), pelayanan (X2), dan minat menabung masyarakat (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan jumlah 98 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi dan pelayanan terhadap minat menabung masyarakat Simangambat menabung di bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

Kata Kunci: *Promosi, Pelayanan, Minat Menabung, Masyarakat Simangambat, Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan*

ABSTRACT

Dewi Usnaini (NIM. 20150013). The influence of promotion and service on the Simangambat community's interest in saving at Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan (Case Study of the Simangambat Community, Siabu District, Mandailing Natal Regency). This research was conducted at the State Islamic College (STAIN) Mandailing Natal. The aim of this research is to determine the influence of promotions and services on the interest of the Simangambat community in saving at the North Sumatra Syariah bank KCP Panyabungan. To achieve this aim, research was conducted using a sample of the Simangambat community using a purposive sampling method. The variables in this research consist of promotion (X1), service (X2), and people's interest in saving (Y). This research uses primary data, which was obtained from the results of distributing questionnaires to a total of 98 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this research show that there is a positive and significant influence of promotion and service on the Simangambat community's interest in saving at the North Sumatra Syariah bank KCP Panyabungan.

Keywords: Promotion, Service, Interest in Saving, Simangambat Community, Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Dengan demikian, bank menjadi wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien kearah peningkatan taraf hidup rakyat. Sumber dana bank yang berperan bagi kelangsungan kegiatan operasional bank adalah dana dari pihak ketiga yaitu tabungan. Sumber dana yang berasal dari pihak ketiga merupakan sumber dana yang cukup besar dan berpengaruh terhadap bank. Pertumbuhan dunia perbankan saat ini sangat pesat. Bank-bank baru banyak bermunculan. (Tri Astuti, 2013)

Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut mengakibatkan persaingan antar bank menjadi semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut bank untuk dapat mempertahankan maupun menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk memperebutkan nasabah baik melalui peningkatan sarana-prasarana, produk maupun pelayanan nasabah.

Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang diberikan bank, nasabah sebagai pengambil keputusan mempunyai banyak pilihan sesuai kebutuhan. Pertumbuhan dunia perbankan saat ini sangat pesat. Bank-bank baru banyak bermunculan. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru tersebut mengakibatkan persaingan antara bank menjadi sangat ketat. Persaingan yang sangat ketat ini menuntut bank untuk mempertahankan atau menarik nasabah sebanyak mungkin. Berbagai pendekatan dilakukan bank untuk nasabah baik melalui peningkatan sarana dan prasarana, produk maupun pelayanan nasabah. Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang diberikan bank, nasabah sebagai pengambil keputusan mempunyai banyak pilihan sesuai kebutuhan. (Sultan Remy, 2015)

Perkembangan yang pesat dalam dunia perbankan saat ini di tandai dengan banyaknya Bank-bank syariah yang bermunculan. Bank syariah merupakan konsep yang relatif baru. Gagasan untuk mendirikan bank syariah lahir dalam keadaan belum ada kesatuan pendapat di kalangan islam itu sendiri. Pasar perbankan islam terus berkembang di seluruh dunia. Perkembangan kehidupan perbankan syariah dari suatu negara sangat tergantung kepada dukungan peraturan perundang-undangan yang mengatur perbankan syariah dapat menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan perbankan syariah itu sendiri.

Kehadiran Bank Syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana di sinyalir oleh para ekonomi muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah, yaitu: (1) adanya pandangan bahwa bunga (interest) pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama samawi lainnya; (2) dari aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (selfishness). Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki kapital besar.

Keputusan nasabah merupakan pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah pada saat ini dan masa yang akan datang. Oleh karena itu keunggulan pesaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabahnya. Agar produk yang ditawarkan oleh Bank dapat diterima oleh nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Komunikasi merupakan

karakter yang penting dalam membangun hubungan dengan diadakannya promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Namun tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan oleh karena itu bank harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan, media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan event/acara yang tersedia. Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang telah di dapat maka tindakan masyarakat selanjutnya menjadi nasabah adalah melakukan kengiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini kualitas pelayanan mendapatkan peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan merupakan suatu proses evaluasi menyeluruh pelanggan mengenai kesempurnaan kinerja layanan. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota untuk menggunakan produk dunia jasa yang di tawarkan. Faktor-faktor penentu kualitas pelayanan konsumen terdiri dari kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), kepastian (assurance), empati (emphaty), dan berwujud (tangible).(Buchari Alma, 2004)

Setiap perusahaan tentunya memiliki amanah yang harus disampaikan kepada orang yang berhak menerimanya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS An-nisa [4:58]:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨ (النساء/4: 58) ﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya

kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), menabung adalah kegiatan menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dsb). Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung sejak dini mengajarkan sifat hemat yang dapat dijadikan sifat positif apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Pentingnya menerapkan perilaku menabung karena menabung merupakan suatu sikap yang positif, dimana dengan menanamkan perilaku menabung tersimpan sikap menahan diri dan jujur (Ganinasyin, 2014). Begitupula bagi masyarakat Simangambat yang kebanyakan sudah mau menabung di Bank, namun untuk menabung di Bank Syariah masih kurang peminat karena kebanyakan dari masyarakat disana lebih memilih menjadi nasabah bank konvensional dibandingkan menjadi nasabah bank Syariah. Seperti minat masyarakat menabung di bank Sumut Syariah Panyabungan.

Menabung merupakan bagian dari mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara teknis, cara menabung yaitu menyisihkan harta yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Menabung merupakan kegiatan yang positif, dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang hemat dan tentu juga kita dapat mengatur keuangan (Ganinasyin, 2014).

Berdasarkan data Bank Indonesia prospek perbankan syariah pada tahun 2005 diperkirakan cukup baik. Industri perbankan syariah diprediksi masih akan berkembang dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi. Jika pada posisi November 2004, volume usaha perbankan syariah telah mencapai 14,0 triliun rupiah dengan tingkat pertumbuhan yang terjadi pada tahun 2004 sebesar 88,6%, volume usaha perbankan syariah diakhir tahun 2005 diperkirakan akan mencapai sekitar 24 triliun rupiah. Dengan volume tersebut, diperkirakan industri perbankan syariah akan mencapai pangsa sebesar 1,8% dari industri perbankan nasional dibandingkan sebesar 1,1% pada akhir tahun 2004. Dana pihak ketiga (DPK)

diperkirakan akan mencapai jumlah sekitar 20 triliun rupiah dengan jumlah pembiayaan sekitar 21 triliun rupiah di akhir tahun 2005. (Indonesia, 2004, hal. 65).

Pelaksanaan kegiatan usaha pada Bank Islam di Indonesia tunduk pada ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perbankan di Indonesia, seperti Undang-Undang No.7 Tahun 1992 dan Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam dunia usaha, kegiatan promosi dilakukan untuk menunjang kegiatan pemasaran maupun penjualan. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Begitu juga dalam dunia perbankan, promosi juga bertujuan untuk menarik para nasabah untuk menabung di bank.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah, termasuk ke dalam kegiatan manajemen pemasaran bank yang harus dilakukan seefektif dan seefisien mungkin dan mampu menarik minat masyarakat sehingga tujuan bank dapat tercapai dengan baik. Dengan diadakannya kegiatan promosi produk-produk bank ini maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut. (Alhifni, 2017).

Parasuraman mengemukakan bahwa, kualitas merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, sedang Goetch mengemukakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sejak tahun 1980-an, kualitas jasa atau pelayanan telah diketahui memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan dipandang sebagai sisi penting dari persaingan. Dengan kualitas pelayanan yang baik perusahaan dapat meraih profitabilitas melalui mekanisme menghasilkan penjualan berulang, umpan balik dari mulut ke mulut yang positif, dan kesetiaan pelanggan. Kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai suatu manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen dan sifatnya intangible.

Berawal dari kualitas pelayanan maka akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di suatu lembaga keuangan, minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat

menabung diasumsikan sebagai minat beli dan merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian. Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang, motivasi menabung menurut Schiffman dan Kanuk dalam Monica Maria, pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake dalam Jurnal Manajemen Teori dan Terapan tahun 6 No 1 april 2013 hal 2 5 prasetijo dan J.O.I Ihalauw, adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak.

Hal yang sama diungkapkan oleh Rury yang telah melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Produk Penghimpun Dana Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)" yang mengatakan bahwa, Kepercayaan adalah keyakinan yang muncul dari harapan nasabah serta pengalaman yang sebelumnya telah dirasakan oleh nasabah. Jika ekspektasi nasabah menyatakan produk dan merek baik, maka nasabah percaya bahwa produk dan merek tersebut baik. Lalu ekspektasi dan kinerja jasa yang telah dirasakan oleh nasabah dibandingkan oleh nasabah sehingga menghasilkan tingkat perasaan dari kepuasan nasabah. (Rury, 2017)

Kepercayaan merek merupakan keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. sedangkan Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena konsumen merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan, maka konsumen yang dapat menilai seberapa bagus kualitas pelayanan yang telah ia terima. Penilaian mengenai pelayanan yang diterima oleh nasabah inilah yang akan dibandingkan dengan harapan nasabah yang akan menjadi tingkat kepuasan nasabah. (Rury, 2017).

Observasi pra penelitian telah dilakukan oleh Peneliti kepada beberapa masyarakat Simangambat tentang pendapat mereka mengenai pentingnya menabung serta bagaimana jika menabung di Bank Sumut Syariah, dan diperoleh jawaban bahwa beberapa nasabah yang berada di desa Simangambat masih belum

sepenuhnya mengetahui tentang Bank Sumut Syariah, tentunya masih minim informasi apa saja jenis produk yang ada di Bank tersebut, dan beberapa masyarakat juga ada yang telah menabung di Bank Sumut Syariah, mereka berpendapat bahwa masih kurang promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Sumut Syariah khususnya di kelurahan Simangambat. Sehingga masyarakat taunya hanya bank konvensional lainnya seperti Bank BRI dan lainnya. Bahkan beberapa nasabah tidak memahami tentang bank syariah itu sendiri sehingga beberapa nasabah masih ragu-ragu untuk menabung di bank syariah karena kurangnya mengetahui informasi tentang bank syariah. . (Delisa, 2023).

Berdasarkan uraian diatas kepercayaan kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh terhadap minat menabung Nasabah hal ini peroleh berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widhi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah Di Surabaya" Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, Semakin baik kualitas layanan dari Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya tidak selalu berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank CIMB Niaga Syariah di Surabaya.

Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh Bank kepada Nasabah berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah. Semakin baik promosi yang dilakukan oleh Bank tidak selalu menurunkan minat menabung nasabah pada Bank tersebut. Semakin baik kualitas layanan, tingginya kepercayaan dan promosi yang baik dan terus menerus dari Bank memberikan berpengaruh pada semakin tingginya minat menabung nasabah pada Bank. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Simangambat Menabung di Bank Sumut Syariah

B. Rumusan Masalah

Dari apa yang penulis paparkan dalam latar belakang di atas, untuk memudahkan penelitian dan agar tetap berfokus pada permasalahan yang dibahas, maka penulis akan mengacu pada beberapa rumusan masalah yang diambil:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Simangambat menabung di Bank Sumut Syariah?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat Simangambat menabung di Bank Sumut Syariah?
3. Apakah promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap masyarakat Simangambat di Bank Sumu Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dalam sebuah kegiatan pastinya memiliki tujuan tertentu, demikian juga di dalam kegiatan penelitian ini, karena pada dasarnya adanya sebuah tujuan akan mempermudah peneliti dalam melakukan sebuah penelitian tersebut. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Simangambat untuk menabung di Bank Sumut Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat masyarakat Simangambat untuk menabung di Bank Sumut Syariah.
3. Mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat dan minat untuk menabung di Bank Syariah khususnya di Bank Sumut Syariah.

D. Manfaaf Penelitian

1. Manfaat penelitian secara teoritas

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang telah di dapat dan untuk memberikan sebuah pemikiran kepada masyarakat akan pentingnya menabung demi mempersiapkan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan menyisihkan harta atau penghasilan yang dimiliki saat ini untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Adapun kegiatan menabung termasuk kegiatan yang positif, dengan menabung kita bisa menjadi pribadi yang hemat dan tentu juga kita dapat mengatur keuangan.

2. Manfaat penelitian secara praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai untuk menambah wawasan pengalaman bagi pembaca tentang pengaruh promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Sumut Syariah. Serta dapat menjadi referensi atau masukan bagi peneliti lain, khususnya pada peneliti yang akan melakukan penelitian di bidang yang serupa.

E. Penjelasan Istilah

1. Promosi

Promosi merupakan marketing mix dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Dalam konteks marketing, promosi atau promotion adalah cara untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan atau pemotongan harga. (Rahmat, 2004)

2. Pelayanan

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di suatu lembaga keuangan, minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli dan merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian. Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang, motivasi menabung menurut Schiffman dan Kanuk prasetijo dan J.O.I Ihalauw, adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak. (Cahyani, 2013).

F. Sistematis Pembahasan

Adapun rencana sistematis penelitian yaitu sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian ini yaitu mencakup: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, sistematis pembahasan.

2. BAB II : KAJIAN TEORI

Kajian teori terdiri dari landasan teori dan penelitian yang relevan. Dalam menguraikan kajian teori dari penelitian yang dilakukan, maka dari penelitian tersebut membahas tentang pengaruh promosi, pelayanan, Minat Manabung Masyarakat

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik menguji keabsahan data, dan analisis data.

4. Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan hasil penelitian yang membahas tentang “Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Simangambat Menabung di Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan”.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.