

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia telah menjadi fokus utama di era saat ini. Dinamika ekonomi negara terus berkembang seiring dengan pengaruh globalisasi, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.¹ Namun, proses perkembangan ini juga menimbulkan berbagai tantangan yang memerlukan partisipasi aktif dari masyarakat. Publik memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu, perluasan kegiatan ekonomi mendorong pertumbuhan lembaga keuangan.

Sistem perbankan di Indonesia terdiri dari dua kategori, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional beroperasi berdasarkan mekanisme bunga yang menjadi dasar utama dalam menghasilkan keuntungan pada transaksi keuangan. Di sisi lain, bank syariah tidak menggunakan sistem berbasis bunga, bank syariah menawarkan berbagai produk pembiayaan, layanan keuangan, dan kegiatan moneter yang diterapkan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.² Prinsip-prinsip ini berasal dari Al-Qur'an dan Hadis serta didukung lebih lanjut oleh fatwa yang

¹ Sugiyono, *ekonomi Politik Pembangunan di Indonesia*, (literasi Nusantara abadi: Jakarta, 2023), Hal. 14

² Tri Wulandari, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021). Hal. 2

dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).³

Praktik perbankan Islam menerapkan mekanisme bagi hasil, pembiayaan melalui berbagai kontrak, termasuk mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, dan perjanjian lain yang sesuai dengan syariah. Selain berorientasi pada keuntungan, bank-bank Islam menekankan prinsip-prinsip keadilan, kemitraan, transparansi, dan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial. Dengan fitur khas ini, bank-bank Islam diharapkan berperan sebagai sistem perbankan alternatif yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial masyarakat tetapi juga menjunjung nilai-nilai etika dan keadilan sesuai dengan ajaran Islam.⁴

Kegiatan perbankan, termasuk pemanfaatan instrumen pasar uang, banyak dilakukan karena bank mungkin menghadapi situasi surplus atau defisit likuiditas jangka pendek (dalam periode kurang dari satu tahun). Ketika bank mengalami kelebihan likuiditas, dana tersebut biasanya diinvestasikan untuk menghasilkan keuntungan. Sebaliknya, pada saat kekurangan likuiditas, bank membutuhkan instrumen yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pendanaan dan memastikan operasi berjalan tanpa hambatan. Namun, dalam praktiknya, beberapa bank bertindak tidak adil dengan memberlakukan margin keuntungan atau suku bunga yang terlalu

³ Tri Wulandari, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021). Hal. 2

⁴ Tri Wulandari, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021). Hal. 2

tinggi pada pihak yang mencari dana, atau dengan menawarkan imbal hasil yang tidak menguntungkan kepada penyedia dana.⁵ Untuk mengatasi masalah ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) mengeluarkan Fatwa No. 37 mengenai pasar uang antarbank berbasis syariah sebagai solusi yang menguntungkan kedua belah pihak.⁶ Bank-bank syariah menyediakan berbagai skema pembiayaan, termasuk Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Ijarah, Bai' Salam, dan Wadiah, yang diharapkan dapat berperan dalam mendukung dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di dalam masyarakat.

Berdasarkan data total tabungan KB Bank Syariah dalam satuan juta rupiah, jumlah tabungan menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi selama periode 2020–2024. Pada tahun 2020, total tabungan tercatat sebesar Rp393.252 juta dan meningkat menjadi Rp473.199 juta pada tahun 2021. Peningkatan yang lebih signifikan terjadi pada tahun 2022 dengan total tabungan mencapai Rp926.968 juta, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi Rp708.777 juta. Selanjutnya, pada tahun 2024 total tabungan kembali meningkat hingga mencapai Rp1.029.970 juta. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan pada salah satu periode, secara keseluruhan total tabungan KB Bank Syariah cenderung mengalami pertumbuhan, sehingga mencerminkan adanya peningkatan

⁵ Tri Wulandari, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2021). Hal. 1

⁶ Machmud, Amir & Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010, Hal. 32

kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk simpanan yang ditawarkan.⁷

Meningkatnya jumlah bank dan lembaga keuangan non-bank telah memperketat persaingan dalam menarik simpanan masyarakat, mendorong manajemen perbankan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih kreatif dan inovatif dalam merumuskan strategi serta mengidentifikasi sumber pendanaan baru.⁸ Dalam mengatasi tantangan pemasaran, beberapa organisasi jasa menganggap kegiatan promosi seperti iklan, promosi penjualan, dan perencanaan strategis sebagai upaya penting untuk meningkatkan posisi pasar mereka, meningkatkan produk dan layanan, serta memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran konsumen bergantung pada prinsip-prinsip yang dapat diterapkan secara luas dan sangat terkait dengan konsep bauran pemasaran, yang mencakup orientasi sosial, periklanan sosial, dan kegiatan ekonomi. Perusahaan yang terlibat dalam riset pemasaran umumnya bertanggung jawab untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, persepsi, dan tingkat kepuasan pelanggan.⁹

Publik sering salah menafsirkan pemasaran, menganggapnya hanya sebagai kegiatan penjualan. Sebenarnya, pemasaran mencakup konsep yang lebih luas, yang didefinisikan sebagai proses yang terstruktur, sistematis, dan terpadu untuk merencanakan, merancang, dan melaksanakan strategi

⁷ Annual report KB Bank Syariah <https://www.kbbanksyariah.co.id/annual-report> di akses pada januari 2026

⁸ Sjahdeini Remy Sutan, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), Hal. 97-98

⁹ Iksan, *Manajemen Strategis Dalam Kompetisi Pasar Global*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009), Hal 142

guna mengelola pasar secara efisien. Untuk mencapai efektivitas dan efisiensi optimal dalam strategi pemasaran, manajemen harus bekerja pada kapasitas tertinggi mereka dalam melakukan berbagai upaya untuk menarik, mengorganisir, dan memobilisasi sumber daya keuangan dari masyarakat.¹⁰ Pemasaran pada dasarnya merupakan proses sosial dan manajerial yang melibatkan individu atau kelompok, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menyajikan, dan menukar layanan yang bernilai dengan orang lain.¹¹

KB Bank Syariah Surabaya, sebagai lembaga keuangan syariah, memiliki strategi produk dalam penghimpunan dana, salah satunya melalui simpanan. Tabungan merupakan salah satu jenis simpanan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. KB Bank Syariah termasuk lembaga keuangan yang relatif baru, karena mulai beroperasi pada tanggal 9 Desember 2008.¹² Per tahun 2023, bank ini beroperasi dengan 1 kantor pusat, 12 Kantor Cabang (KC), dan 10 Kantor Cabang Pembantu (KCP). Perluasan KB Syariah Bank KC Surabaya dianggap cepat, terutama karena mayoritas penduduk di Indonesia, khususnya di Surabaya, menganut agama Islam. Namun, bank ini tetap melayani nasabah non-Muslim juga, sehingga dapat melayani masyarakat yang lebih luas di Surabaya dan sekitarnya.

¹⁰ Hendra dkk., *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan control*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), Hal. 18

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), Hal. 115-116

¹² Kb Bukopin Finance, *Sejarah Perusahaan*, <https://www.bukopinfinance.co.id/sejarah>

KB Bank Syariah Surabaya juga menyediakan berbagai produk pendanaan dan pembiayaan yang kompetitif berdasarkan kontrak yang sesuai dengan syariah yang jelas dan transparan, bebas dari unsur ketidakpastian (*gharar*) dan bunga/riba, sambil menerapkan mekanisme bagi hasil.¹³ Prinsip-prinsip ini mencerminkan keadilan dan transparansi, yang merupakan faktor kunci bagi nasabah saat memutuskan untuk menempatkan dana di KB Bank Syariah KC Surabaya, karena prinsip-prinsip tersebut menciptakan rasa aman dan mencegah pihak mana pun merasa dirugikan, sehingga memupuk hubungan yang harmonis. Keuntungan-keuntungan ini menjadi aset berharga bagi bank dalam menarik lebih banyak nasabah dan mencapai tujuan operasionalnya.

Seiring bertambahnya basis nasabah, pendapatan bank juga diperkirakan akan meningkat. Oleh karena itu, KB Bank Syariah KC Surabaya memiliki potensi signifikan untuk menjadi kontributor utama di sektor perbankan syariah, mendukung pengembangan ekonomi dan keuangan syariah baik di Surabaya maupun di tingkat nasional. KB Bank Syariah KC Surabaya juga menawarkan produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) iB (islamic banking). Produk Simpel merupakan program tabungan yang disediakan oleh seluruh perbankan di Indonesia dan diperuntukkan bagi para pelajar.¹⁴ Proses pendaftaran relatif sederhana,

¹³ PT Bank KB Bukopin Syariah, *Sustainability Report 2022*, (Jakarta: PT Bank KB Bukopin Syariah, 2022) Hal. 52-53

¹⁴ PT Bank KB Bukopin Syariah, *Sustainability Report 2022*, (Jakarta: PT Bank KB Bukopin Syariah, 2022) Hal. 56

hanya memerlukan KTP siswa, KTP orang tua atau wali, dan surat dari sekolah. Rekening tabungan ini menawarkan fitur menarik, seperti setoran awal, setoran berikutnya yang fleksibel, dan saldo minimum yang sangat rendah hanya Rp1.000, tanpa biaya administrasi bulanan.¹⁵ Fitur ini membuat produk ini sangat menarik bagi pelajar karena harganya yang terjangkau. Mengingat target pasar utamanya adalah pelajar, potensi untuk menarik sejumlah besar pelanggan cukup besar. Kegiatan promosi yang dilakukan di berbagai sekolah di Surabaya merupakan pendekatan strategis untuk memperkenalkan tabungan Simpel iB dan menumbuhkan minat di kalangan pelajar.

Produk Tabungan SimPel iB merupakan produk simpanan syariah yang secara khusus diperuntukkan bagi pelajar yang belum memiliki KTP atau berusia di bawah 17 tahun, mulai dari jenjang PAUD, TK, SD, SMP, hingga SMA/SMK atau sederajat. Produk ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyimpanan dana, tetapi juga menjadi media edukasi dan literasi keuangan bagi anak sejak dini. Melalui Tabungan SimPel iB, pelajar diharapkan dapat mulai mengenal layanan perbankan, membentuk kebiasaan menabung, belajar mengelola keuangan secara sederhana, serta menumbuhkan sikap disiplin dan tanggung jawab terhadap penggunaan uang sejak usia sekolah.

¹⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Buku Saku Simpel (Simpanan Pelajar), 2020

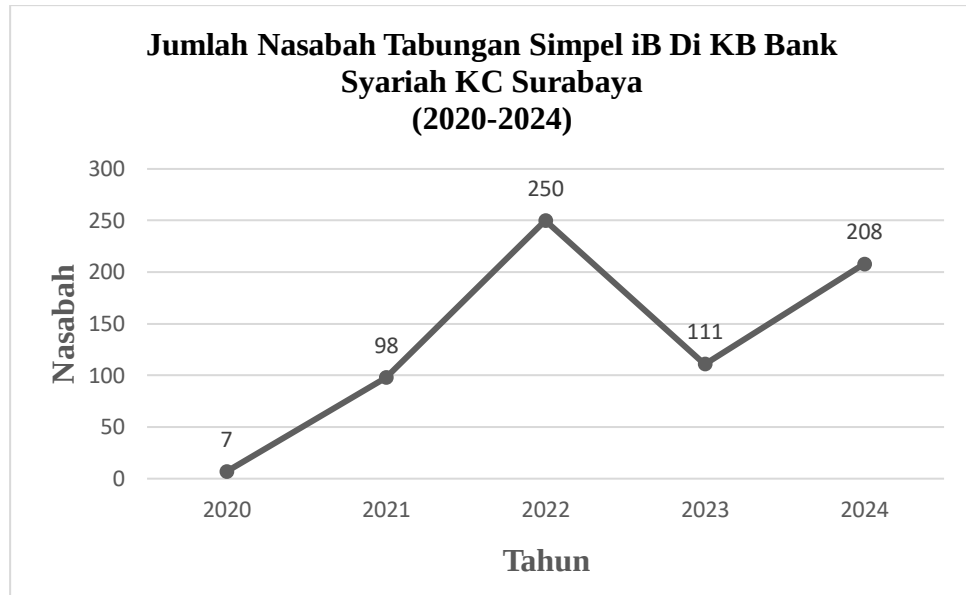
Nasabah produk Simpel (Simpanan Pelajar) iB di KB Bank Syariah KC Surabaya juga dapat memanfaatkan layanan *Pick Up Service*.¹⁶ Layanan ini bertujuan untuk mempermudah transaksi siswa tanpa harus datang ke Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu secara langsung. Layanan *Pick Up Service* ini beroperasi setiap minggu di sekolah-sekolah yang terdaftar sebagai nasabah Simpel iB, sehingga pelajar dapat melakukan penyetoran atau penarikan dana dengan bantuan langsung dari petugas bank.¹⁷ Kehadiran fasilitas ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam melakukan transaksi, sehingga mendorong minat dan keterlibatan mereka dengan produk Simpel (Simpanan Pelajar) iB sekaligus memberikan pengalaman layanan yang lebih praktis dan efisien.



¹⁶ KB Bank Syariah, *BSB dan OJK Goes to School: SimPel iB Week “Kenalkan Perbankan Berbasis Syariah melalui Tabungan SimPel iB”*, (Jakarta: Kb Bank Syariah, 2018), <https://www.kbbanksyariah.co.id/bsb-dan-ojk-goes-to-school-simpel-ib-week-kenalkan-perbankan-berbasis-syariah-melalu-tabungan-simpel-ib-en>

¹⁷ KB Bank Syariah, *BSB dan OJK Goes to School: SimPel iB Week “Kenalkan Perbankan Berbasis Syariah melalui Tabungan SimPel iB”*, (Jakarta: Kb Bank Syariah, 2018), <https://www.kbbanksyariah.co.id/bsb-dan-ojk-goes-to-school-simpel-ib-week-kenalkan-perbankan-berbasis-syariah-melalu-tabungan-simpel-ib-en>

Grafik 1. 1 Pertumbuhan Jumlah Nasabah Pengguna Tabungan Simpel iB Di KB Bank Syariah KC Surabaya (2020-2024)



Sumber: RO KB Bank Syariah KC Surabaya

Berdasarkan grafik yang menunjukkan jumlah nasabah tabungan iB SimPel di KB Bank Syariah KC Surabaya untuk periode 2020–2024, terlihat bahwa perkembangan jumlah nasabah mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2020 jumlah nasabah tercatat hanya sebanyak 7 nasabah, kemudian meningkat menjadi 98 nasabah pada tahun 2021 dan kembali mengalami kenaikan cukup tinggi menjadi 250 nasabah pada tahun 2022. Namun demikian, pada tahun 2023 terjadi penurunan drastis menjadi 111 nasabah sebelum akhirnya kembali meningkat menjadi 208 nasabah pada tahun 2024.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah Tabungan SimPel iB belum sepenuhnya stabil dan masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan konsistensi peningkatan nasabah.

Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan belum sepenuhnya mampu menciptakan loyalitas dan keberlanjutan minat nasabah secara optimal. Penurunan jumlah nasabah pada tahun 2023 menjadi indikator penting adanya kemungkinan kendala dalam efektivitas promosi, persaingan antarbank syariah maupun konvensional, perubahan perilaku menabung pelajar, serta belum maksimalnya pendekatan pemasaran yang dilakukan kepada segmen pelajar sebagai target utama produk SimPel iB.

Di sisi lain, produk Tabungan SimPel iB memiliki potensi pasar yang sangat besar karena menyasar kalangan pelajar yang merupakan bagian dari upaya peningkatan inklusi dan literasi keuangan sejak dini. Oleh karena itu, keberhasilan strategi pemasaran tidak hanya diukur dari peningkatan jumlah pembukaan rekening, tetapi juga dari kemampuan bank dalam mempertahankan minat nasabah secara berkelanjutan. Apabila strategi pemasaran tidak dilakukan secara adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan pelajar, maka potensi penurunan jumlah nasabah dapat kembali terjadi pada periode berikutnya. Strategi pemasaran perlu dilakukan secara konsisten untuk memberikan kesadaran yang lebih baik tentang manfaat produk tabungan yang ditawarkan oleh KB Bank Syariah KC Surabaya. Dengan pemasaran yang efektif, calon nasabah dapat menjadi akrab dengan dan memahami setiap produk, memberikan mereka alasan

yang kuat untuk memilih bank tersebut.¹⁸ Kampanye promosi yang dirancang dengan baik juga dapat meninggalkan kesan positif pada publik dan mendorong minat untuk menabung di KB Bank Syariah KC Surabaya.

Penelitian yang memiliki kemiripan juga sudah dilakukan oleh penelitian lain, seperti penelitian yang dilakukan oleh Anggun Kartika Wati dengan judul Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Sumsel Babel Syariah Lubuklinggau, Penelitian ini mengungkapkan bahwa Dalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) iB, Bank Sumsel Babel Syariah Lubuklinggau menerapkan strategi 4P (*product, price, people, dan place*). Melalui kegiatan penyuluhan dengan mengunjungi berbagai sekolah. Namun, dalam praktiknya, bank menghadapi beberapa kendala, seperti rendahnya kebiasaan menabung di kalangan pelajar sehingga banyak dari mereka memilih untuk tidak membuka rekening Simpel iB. Selain itu, sejumlah sekolah sudah lebih dulu menjadi nasabah Simpel iB di bank lain, seperti BSI (Bank Syariah Indonesia) di Lubuklinggau, karena bank tersebut telah terlebih dahulu melakukan sosialisasi. Untuk mengatasi hal tersebut, Bank Sumsel Babel Syariah Lubuklinggau berupaya aktif mendatangi sekolah-sekolah setiap tahun ajaran baru guna memperkenalkan dan mempromosikan produk tabungan Simpel iB kepada siswa baru.¹⁹

¹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (Harlow: Pearson Education, 2016), Hal. 186–190

¹⁹ Anggun Kartika Wati, Skripsi: *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Simpanan Pelajar (Simpel) Ib Pada Bank Sumsel Babel Syariah Lubuklinggau*, (Lubuklinggau: IAIN Curup, 2023)

Temuan dari penelitian lainnya berbeda dengan peneliti, contohnya penelitian yang dilakukan oleh Juraidah dengan judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpel Ib Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan, menemukan bahwa bank menerapkan strategi pemasarannya melalui berbagai pendekatan. Salah satunya adalah bermitra dengan sekolah, menawarkan persentase tertentu sebagai bagian dari kerja sama. Selain itu, pendekatan proaktif juga diterapkan, di mana tim pemasaran langsung mengunjungi sekolah-sekolah untuk memudahkan siswa mendapatkan informasi dan membuka rekening. Penyebaran brosur dan penayangan iklan dengan konten menarik dan bernuansa islami juga digunakan untuk meningkatkan minat. Informasi mengenai produk tabungan juga disediakan melalui situs web agar dapat diakses secara luas oleh masyarakat. Selain itu, proses penjualan secara personal dilakukan oleh seluruh karyawan bank, mulai dari petugas kebersihan dan satpam hingga pejabat bank, sebagai bagian dari upaya untuk memperluas jangkauan pemasaran.²⁰

Latar belakang tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Peneliti bermaksud mengetahui strategi pemasaran tabungan simpel (simpanan pelajar) iB dalam meningkatkan minat dan jumlah nasabah, oleh karena itu peneliti memilih judul **“Strategi Pemasaran Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) iB Dalam**

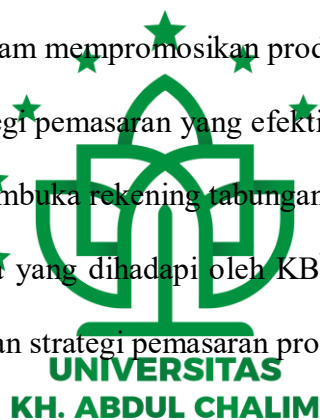
²⁰ Juraidah, Skripsi: *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpel Ib Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan*, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2018)

Meningkatkan Minat Dan Jumlah Nasabah Pada KB Bank Syariah KC Surabaya”

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai Strategi Pemasaran Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) iB Dalam Meningkatkan Minat Dan Jumlah Nasabah Pada KB Bank Syariah KC Surabaya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh KB bank syariah KC Surabaya dalam mempromosikan produk tabungan simpel iB?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat pelajar untuk membuka rekening tabungan simpel iB?
3. Apa saja kendala yang dihadapi oleh KB Bank Syariah KC Surabaya dalam menerapkan strategi pemasaran produk tabungan simpel iB?


UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebuah pernyataan yang menjelaskan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh studi ini.²¹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan Strategi Pemasaran Tabungan Simpel iB (Simpanan Pelajar) Dalam Meningkatkan Minat Dan Jumlah Nasabah Pada KB Bank Syariah KC Surabaya, yaitu sebagai berikut:

²¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), Hal.87

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh KB bank syariah KC Surabaya dalam mempromosikan produk tabungan iB simpel?
2. Untuk mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran tersebut dalam meningkatkan minat pelajar untuk membuka rekening tabungan simpel iB?
3. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh KB Bank Syariah KC Surabaya dalam menerapkan strategi pemasaran produk tabungan simpel iB?

D. Manfaat Penelitian

Harapan dari penelitian ini Adalah untuk memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Teoritis

Harapan dari penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang menjadi dasar Strategi Pemasaran Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) iB Dalam Meningkatkan Minat Dan Jumlah Nasabah Pada KB Bank Syariah KC Surabaya dan memberikan wawasan akademik bagi para mahasiswa.

2. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis, khususnya bagi mahasiswa perbankan syariah, dengan memperluas pemahaman dan pengetahuan mereka untuk meningkatkan



kompetensi, kemampuan intelektual, dan keterampilan emosional dalam konteks lembaga keuangan syariah seperti KB Bank Syariah KC Surabaya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan mendukung kemajuan sains di bidang yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) iB Dalam Meningkatkan Minat Dan Jumlah Nasabah Pada KB Bank Syariah KC Surabaya.

