

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada dasarnya agama Islam merupakan agama terbesar kedua setelah agama Kristen. Melansir dari CNN Indonesia yang bersumber pada data World Population Review, agama Kristen menjadi agama terbesar dengan jumlah pengikutnya mencapai 2,38 Miliar, dan agama Islam dengan jumlah pengikutnya 1,91 Miliar<sup>1</sup>. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia populasi masyarakatnya mayoritas memeluk agama Islam. Ada lebih dari 237 juta atau sekitar 86,7% dari penduduk Indonesia adalah pemeluk agama Islam<sup>2</sup>. Dengan mayoritas penduduknya beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang prospektif dalam pengembangan lembaga keuangan khususnya lembaga keuangan syariah<sup>3</sup>. Indonesia memiliki beberapa lembaga keuangan salah satunya lembaga keuangan bank, lembaga keuangan bank mempunyai kedudukan yang penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Dalam penelitian Wahyuni dan Rohayati menyimpulkan bahwa industri perbankan sering disebut sebagai jantung dan penggerak perekonomian suatu negara. Hal tersebut dapat terlihat dari kegiatan perbankan yang berperan sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> CNN Indonesia, 2022, <https://www.cnnindonesia.com/>.

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik, *Data Penduduk*, 2021.

<sup>3</sup> Ahmad Suminto and Shinta Maharani, "Analisis Pengaruh Corporate Sosial Responsibility, Islamic Banking *Service quality* dan *Corporate image* terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo," *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business* 3, no. 1 (May 31, 2020), accessed December 9, 2022, <http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/elbarka/article/view/2013>.

<sup>4</sup> Ursila Dewi Nur Wahyuni and Suci Rohayati, "Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Bank Syariah," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 3 (April 20, 2022): 3458–3469.

Sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam ternyata tidak menjadikan lembaga keuangan syariah sebagai lembaga keuangan nomor satu. Marketplace lembaga keuangan konvensional lebih besar daripada lembaga keuangan syariah. Padahal sebagai seorang muslim kita dituntut untuk dapat menjalankan ajaran Islam secara menyeluruh yang mana bukan sekedar kegiatan ibadah semata, meliputi kegiatan sosial, politik, ekonomi dan sebagainya<sup>5</sup>. Akan tetapi saat ini lembaga keuangan syariah terutama perbankan syariah di Indonesia sudah mulai berkembang dengan ditandai adanya bank-bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan juga bank konvensional yang membuat unit usaha syariah dalam sistem bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Institusi perbankan syariah sudah mulai merata dan menampakan jati dirinya di tengah-tengah banyaknya bank-bank konvensional yang ada, walaupun untuk saat ini masih banyak masyarakat muslim yang belum menggunakan bank syariah<sup>6</sup>. Pemerintah secara langsung memberikan dukungannya terhadap perkembangan bank syariah diwujudkan ke dalam Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 tahun 2008. Sampai dengan Agustus 2022, jumlah jaringan kantor perbankan syariah semakin bertambah dari tahun ketahun. Pada 1 Februari 2021 pemerintah melakukan *merger* 3 bank syariah menjadi satu bank, yaitu Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah yang

---

<sup>5</sup> Indah Fajarwati Mulyaningtyas, Yoyok Soesatyo, and Norida Canda Sakti, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang," *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* 8, no. 1 (March 2, 2020): 53.

<sup>6</sup> Suminto and Maharani, "Analisis Pengaruh Corporate Sosial Responsibility, Islamic Banking *Service quality* dan *Corporate image* terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo."

*dimerger* menjadi Bank Syariah Indonesia. Adanya hal tersebut dapat terlihat bahwa potensi bank syariah semakin berkembang. Berikut adalah statistic perkembangan perbankan syariah di Indonesia dengan data jumlah kantor yang tersebar di seluruh Indonesia<sup>7</sup>.

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Bank Syariah Tahun 2019-2022**

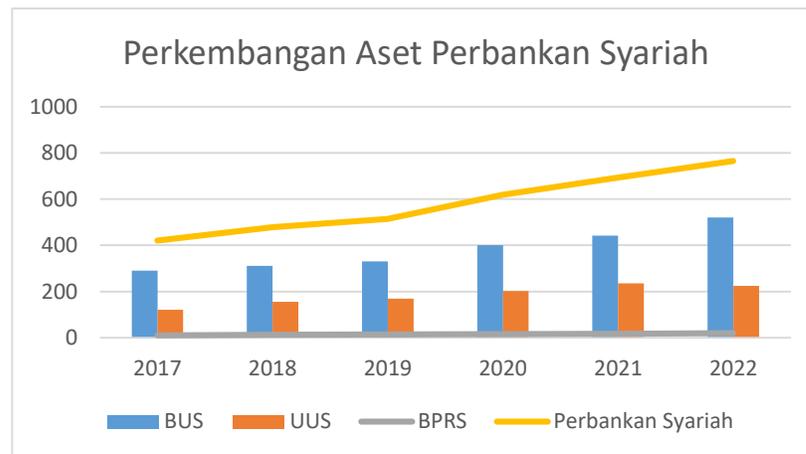
Indikator	2019	2020	2021	2022
Bank Umum Syariah				
Jumlah Bank	14	14	15	13
Jumlah Kantor	1.898	1.937	2.044	1.995
Unit Usaha Syariah				
Jumlah BUK yang memiliki UUS	20	20	20	20
Jumlah Kantor	375	390	407	380
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
Jumlah Kantor	370	469	483	577

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Otoritas Jasa Keuangan, Agustus 2022

Dengan bertambahnya jumlah jaringan kantor tersebut membuat bank syariah mengalami pertumbuhan aset. Menurut data statistik Perbankan Syariah yang

<sup>7</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, 2022.

bersumber dari Otoritas Jasa Keuangan, bahwa bank syariah mengalami pertumbuhan aset mencapai 13,82% yoy. Dengan pertumbuhan aset tersebut membuat Indonesia menempati peringkat ke-4 dunia pada Ranking Global Islamic Economy Indicator (GIEI) dengan skor rank di tahun 2020-2021 mencapai 91,2%. Peningkatan tersebut dinilai sangat pesat yang mana Indonesia sebelumnya berada pada peringkat ke-5 dunia<sup>8</sup>. Berikut adalah tabel perkembangan aset yang dimiliki oleh perbankan syariah:

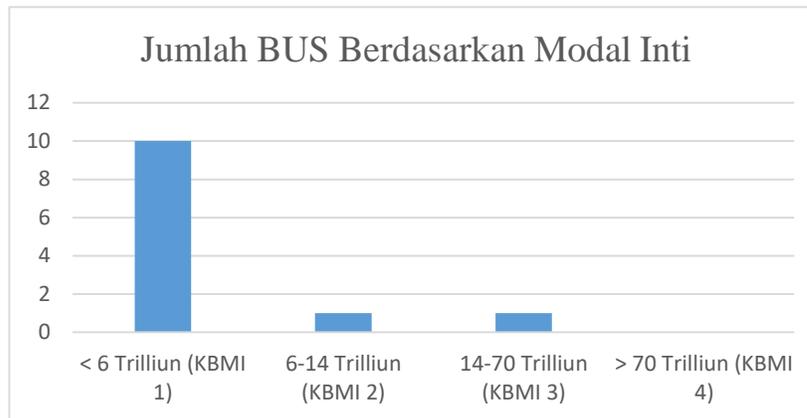


**Gambar 1.1 Perkembangan Aset Bank Syariah**

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa aset yang dimiliki perbankan syariah masih menunjukkan pertumbuhan yang positif serta mengalami percepatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

<sup>8</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, 2021.



**Gambar 1.2 Jumlah BUS berdasarkan Modal Inti**

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Sesuai dengan Klasifikasi Bank Umum Berdasarkan Modal Inti (KBMI) sampai dengan tahun 2022, Bank Umum Syariah (BUS) yang masih mendominasi dalam kategori bank dengan modal inti sampai dengan 6 triliun ada 10 BUS yaitu Bank Muamalat, Bank Panin Dubai Syariah, BCA Syariah, Bank Aceh Syariah, Bank Mega Syariah, Bank NTB syariah, Bank Jabar Syariah, Bank Aladin, Bank Bukopin Syariah dan Bank Victoria. Adapun Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah menempati posisi KBMI 2. Lalu, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya terdapat 3 bank syariah yang di merger hal tersebut menjadikan Bank Syariah Indonesia masuk kedalam kategori KBMI 3 atau setara dengan memiliki modal inti sebesar 14-70 triliun.

Hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan aset perbankan syariah adalah dengan menarik pangsa pasar muslim di Indonesia untuk dapat menggunakan layanan perbankan syariah. Kepuasan dan keputusan penggunaan masyarakat dinilai sangat penting untuk dapat meningkatkan perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan terhadap penyelesaian

masalah yang terjadi dari pengenalan masalah, mencari informasi, yang akhirnya mampu membuat keputusan membeli atau menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Keputusan merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang terjadi karena berbagai macam pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah. Dalam menawarkan produk yang dimiliki, bank syariah harus menginformasikan kepada masyarakat melalui kegiatan promosi, dengan diadakannya kegiatan promosi maka masyarakat akan mengetahui manfaat apa yang di dapatkan dari produk tersebut<sup>9</sup>.

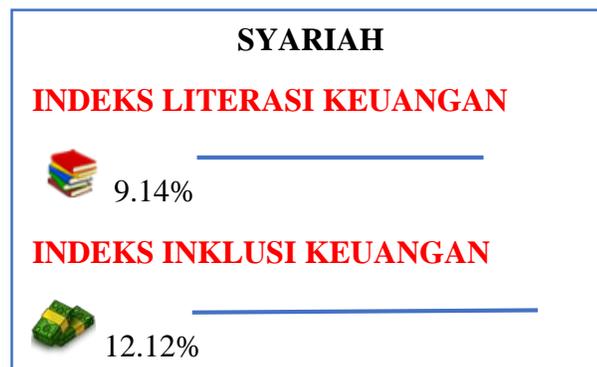
Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini teknologi dan ilmu pengetahuan sudah berkembang pesat. Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan tersebut dapat merubah perilaku manusia, seperti menciptakan manusia yang *hedonistic* dan fenomena perilaku konsumtif yang sering muncul di kalangan masyarakat terlebih khusus di kalangan remaja dan dewasa<sup>10</sup>. Semakin gencarnya informasi yang diterima melalui sosial media membuat masyarakat cenderung konsumtif dalam menggunakan sumber daya ekonomi yang dimilikinya, sehingga sering memunculkan berbagai masalah yang berhubungan dengan keuangan. Masalah tersebut muncul disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bagaimana memanfaatkan dan mengatur keuangan secara bijaksana. Berdasarkan hasil

---

<sup>9</sup> Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, and Mustika Widowati, "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (November 1, 2020): 303–312.

<sup>10</sup> Mulyaningtyas, Soesatyo, and Sakti, "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang," 54.

survey Otoritas Jasa Keuangan yang dilakukan setiap tiga tahun sekali, menyatakan bahwa pada tahun 2022 indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai angka 49,86% yang mana sudah mulai meningkat dari tahun tahun sebelumnya, dimana tahun 2019 angkanya hanya 38,03%. Meskipun angkanya sudah meningkat, akan tetapi belum mencapai separuh dari jumlah masyarakat Indonesia, yang menandakan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui mengenai keuangan atau belum terpapar mengenai literasi keuangan tersebut. Dari 49,86% masyarakat di Indonesia yang sudah memahami tentang pentingnya pengelolaan keuangan secara umum, hanya 9,14% masyarakat Indonesia yang memahami juga mengenai keuangan syariah, dibuktikan dengan hasil survey yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam gambar dibawah ini<sup>11</sup>:



**Gambar 1.3 Indeks Literasi Keuangan Syariah**

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2022)

<sup>11</sup> *Statistik Perbankan Syariah.*

Penilaian terhadap indeks literasi keuangan syariah pada tahun 2022 yang dilakukan terhadap 14.634 responden dari 34 provinsi yang ada di Indonesia menandakan bahwa hasil indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 9,14% yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat mengenai keuangan syariah masih sangat rendah. Sedangkan untuk indeks inklusi keuangan syariah sebesar 12,12% yang menandakan bahwa penggunaan jasa keuangan syariah baik berupa produk ataupun lainnya juga masih sangat rendah. Dari hasil survey tersebut maka dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat Indonesia menggunakan jasa keuangan syariah masih sangat rendah, karena mayoritas masyarakat Indonesia masih menggunakan lembaga keuangan konvensional sebagai kegiatan penyimpanan dan penyaluran dananya. Kurangnya literasi keuangan syariah menyebabkan masyarakat lebih banyak menggunakan keuangan konvensional, masyarakat banyak menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama saja<sup>12</sup>. Maka dari itu, pentingnya literasi keuangan syariah memerlukan pengoptimalan pemahaman yang benar mengenai keuangan syariah kepada masyarakat yang akan berdampak secara signifikan. Literasi keuangan ini bisa mulai dilakukan oleh para akademisi, para ulama, maupun para mahasiswa dimana mahasiswa merupakan salah satu pendorong masyarakat untuk

---

<sup>12</sup> Husnul Maulida, M Kholil Nawawi, and Hilman Hakim, "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung pada Pengikut Autobase @Collegemenfess" 4, no. 2 (2021): 16.

beralih menggunakan lembaga keuangan syariah dan dapat meningkatkan pangsa perbankan<sup>13</sup>.

Dalam kaitannya dengan dunia perbankan, literasi keuangan syariah menjadi penting dalam beberapa riset yang telah dilakukan. Menurut Handida dan Sholeh, menyimpulkan bahwa dengan tingginya tingkat literasi keuangan akan mengacu pada pertumbuhan perekonomian. Masyarakat yang sudah memiliki pemahaman mengenai keuangan syariah dengan segala aspeknya dapat mudah meningkatkan kesejahteraan hidup, dengan demikian pengetahuan mengenai keuangan syariah akan memicu peningkatan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, sehingga hal tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah<sup>14</sup>.

Dalam upaya meraih pangsa pasar, terutama pada pangsa masyarakat muslim, menuntut para pelaku bisnis untuk berusaha memiliki dan menunjukkan keunggulan dalam menghadapi para pesaing. Salah satu keunggulan yang dapat menjadi daya saing adalah keunggulan dari segi citra perusahaan (*corporate image*) yang baik. *Corporate image* adalah sebuah persepsi khalayak terhadap penilaian akan suatu perusahaan, *corporate image* mencakup reputasi keseluruhan sebuah

---

<sup>13</sup> Fajriah Salim, Suyud Arif, and Abrista Devi, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018" 5, no. 2 (2022): 19.

<sup>14</sup> Rahmawati Deylla Handida and Maimun Sholeh, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* 15, no. 2 (April 15, 2019): 84–90.

perusahaan, kinerja yang transparan, dan kesan baik yang muncul di benak masyarakat<sup>15</sup>. *Corporate image* ini juga membentuk pandangan public yang baik dan akan menguntungkan bagi perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, *corporate image* merupakan aset yang paling utama dan tidak ternilai harganya, mengingat jika sebuah perusahaan memiliki citra yang baik di pandangan public, maka akan menjadi keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dalam upaya mempertahankan konsumen supaya konsumen tidak beralih ke pesaing, maka *corporate image* menjadi penting dilakukan. Dalam dunia perbankan, bank syariah maupun bank konvensional masing-masing akan mempertahankan *corporate image* yang sudah terbentuk, dengan cara melakukan manajemen secara menyeluruh pada pihak internal bank tersebut.

Pada era saat ini, perbankan harus lebih baik dalam memperhatikan tingkat keputusan dan kepuasan nasabah menggunakan jasa perbankan, adanya tingkat kepuasan dan keputusan masyarakat dalam menggunakan bank syariah merupakan salah satu upaya yang telah dilakukan oleh bank untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan *corporate image* mengenai bank syariah di benak masyarakat. Salah satu faktor yang menyebabkan akan kepuasan dan keputusan masyarakat menggunakan jasa layanan perbankan adalah faktor kualitas layanan (*service quality*). Bisnis perbankan sendiri merupakan bisnis yang berdasarkan pada kepercayaan masyarakat, sehingga kualitas layanan bank menjadi salah satu faktor yang sangat

---

<sup>15</sup> Maulida, Nawawi, and Hakim, "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Bank Syariah terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung pada Pengikut Autobase @Collegemenfess."

menentukan dalam keberhasilan suatu bank. Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh bank syariah terhadap masyarakat selalu ditingkatkan, karena pada dasarnya bank merupakan lembaga keuangan yang muncul sebagai *agent of trust* dan *agent of development*, yang berarti bank merupakan perantara (*intermediates*) yang dipercaya untuk melayani kebutuhan masyarakat<sup>16</sup>. *Service quality* adalah hasil yang harus dicapai dan dilakukan melalui suatu tindakan, dimana tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dari tindakan tersebut dapat dirasakan dan diingat oleh konsumen<sup>17</sup>. Untuk dapat memberikan kesan yang baik kepada masyarakat atau pengguna layanan perbankan, maka bank harus memiliki persepsi dan harapan yang sama dengan masyarakat baik dari segi pelayanan, masyarakat pasti memilih bank yang aman dengan aturan-aturan yang mudah dan kualitas layanan yang optimal, seperti layanan yang diberikan oleh bank dengan pegawai yang ramah, murah senyum, sopan dan tanggap. Maka dari itu *service quality* merupakan fokus utama yang diberikan oleh bank<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Yara Nurintan, "Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Kredit, Risiko Pasar, Risiko Likuiditas Dan Risiko Operasional Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Pada Bank Umum Konvensional Go Public Periode 2011-2015)," 2016.

<sup>17</sup> Fajar Adhitya, "The Influence Of Islamic Branding, Sharia Services, And Physical Environment On *Corporate image* (A Case Study On Islamic Banking Customers In Semarang)" 9, no. 1 (2021): 12.

<sup>18</sup> Abdul Haris, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Mengoperasikan Layanan Dan Resiko Belanja Online Terhadap Niat Beli Melalui Jejaring Sosial," *Manajemen Bisnis* 4, no. 2 (2018), <http://dx.doi.org/10.22219/jmb.v4i2.5287>.

Dalam upaya untuk menumbuhkan *corporate image* yang baik di pandangan masyarakat hal yang dapat dilakukan adalah dengan cara meningkatkan *service quality* yang baik demi menarik nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah. Hal tersebut juga diterapkan oleh Bank Muamalat. Bank Muamalat sendiri merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia, sesuai dengan slogannya “Pertama Murni Syariah” tentunya segala jenis pelayanan yang ada di Bank Muamalat harus disesuaikan dengan syariat Islam. Apalagi di tengah- tengah persaingan bank syariah yang semakin ketat, Bank Muamalat dituntut untuk tetap menjaga kemurnian syariahnya dalam setiap produk maupun *service quality* nya. Masyarakat Islam di Indonesia saat ini semakin kritis, sehingga ketika bank syariah yang selama ini ditunggu kehadirannya tetapi ternyata pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan syariat Islam, maka akan berakibat merugikan bank itu sendiri dan mampu menghilangkan kepercayaan masyarakat yang menyebabkan hilang pula *corporate image* yang sudah tertanam di benak masyarakat. Selain itu, Bank Muamalat mampu meningkatkan *corporate image* nya dengan menawarkan berbagai jenis produk yang ada di Bank Muamalat, terutama pada produk tabungannya. Dimana produk tabungan pada Bank Muamalat memiliki berbagai jenis produk tabungan di sediakan berdasarkan kebutuhan masyarakat di Indonesia. Bank Muamalat memiliki 7 jenis produk tabungan sesuai kebutuhan masyarakat, antara lain: tabunganku, tabungan ib simpel, tabungan ib hijrah, tabungan ib hijrah valas, tabungan ib hijrah prima, tabungan ib hijrah rencana dan tabungan ib hijrah haji. Banyaknya jenis tabungan yang disediakan seharusnya

mampu meningkatkan *corporate image* serta menarik minat sehingga masyarakat dapat membuat keputusan untuk menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Prastiwi pada tahun 2022 dengan judul “Edukasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun Dalam Membangun Budaya Menabung Masyarakat”, dari hasil wawancara yang dilakukan oleh masyarakat sekitar disimpulkan bahwa masyarakat di wilayah madiun banyak yang belum mengetahui mengenai Bank Muamalat, mayoritas masyarakat di Madiun masih menggunakan bank konvensional, karena masih rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat mengenai bank syariah terutama Bank Muamalat. Melihat kondisi tersebut Bank Muamalat tergerak untuk melakukan Edukasi mengenai literasi keuangan syariah serta pengenalan mengenai Bank Muamalat itu sendiri<sup>19</sup>.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan literasi keuangan syariah masyarakat mengenai Bank Muamalat adalah Bank Muamalat harus membuat persepsi masyarakat mengenai *corporate image* Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama yang ada di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Veri Prasetyo pada tahun 2023, dari hasil penyebaran kuesioner ke masyarakat dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat memiliki *corporate image* yang belum disadari publik secara luas dengan tingkat pengetahuan masyarakat yang rendah mengenai Bank Muamalat itu sendiri dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Terlebih saat

---

<sup>19</sup> Dwi Prastiwi, “Edukasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun Dalam Membangun Budaya Menabung Masyarakat Pedesaan” (2022).

ini masyarakat lebih mengenal *corporate image* BSI sebagai bank syariah yang ada di Indonesia<sup>20</sup>.

Selain itu upaya yang dapat dilakukan oleh Bank Muamalat untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai Bank Muamalat adalah dengan cara mempertahankan *service quality* yang diberikan kepada masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Evi Oktaviani Satriyanti, menyimpulkan bahwa nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada nasabah, dengan tidak membeda-bedakan setiap nasabah. Kepuasan tersebut mampu meningkatkan loyalitas nasabah untuk selalu menggunakan Bank Muamalat dan nasabah tersebut mampu mengiring opini masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan jasa perbankan syariah terlebih khusus Bank Muamalat<sup>21</sup>.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan pengembangan penelitian kembali tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menjadi nasabah pada bank syariah khususnya Bank Muamalat dimana Bank Muamalat sendiri merupakan bank syariah pertama di Indonesia. Pemilihan keputusan menggunakan produk tabungan dikarenakan produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat memiliki beragam jenis tabungan yang sekiranya

---

<sup>20</sup> Veri Prasetyo, "Strategi Marketing (Event Marketing, Brand Image Dan Brand Awareness) Untuk Meningkatkan Purchase Intention Pada Bank Muamalat Indonesia (Bmi) Kantor Cabang Kota Semarang" (2023).

<sup>21</sup> Evi Oktaviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Di Surabaya," *Journal of Business & Banking* 2, no. 2 (2019): 171–184.

sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul:

**“Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, *Corporate Image* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan di Bank Muamalat”.**

## **B. Permasalahan**

### **1. Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang ditemukan pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan seperti: perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih rendah, karena masyarakat di Indonesia masih banyak yang belum menggunakan produk dan layanan perbankan syariah, hal tersebut disebabkan oleh masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keputusan penggunaan perbankan syariah adalah dengan menunjukkan *corporate image* yang baik serta memberikan pelayanan yang optimal dengan harapan mampu meningkatkan keputusan penggunaan.

### **2. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini perlu dibatasi ruang lingkup permasalahan agar tidak terjadi penyimpangan sasaran. Maka penelitian ini dibatasi pada pembahasan:

- a. Penelitian dibatasi pada pengaruh literasi keuangan syariah, *corporate image*, *service quality* terhadap keputusan menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.
- b. Penelitian ini akan mengambil data dari penyebaran kuesioner ke para nasabah tabungan Bank Muamalat yang berdomisili di kota Bekasi.
- c. Studi kasus dalam penelitian ini berfokus pada keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat.

### 3. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka muncul beberapa rumusan masalah yang akan penulis teliti:

- a. Apakah literasi keuangan, *corporate image*, *service quality* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat?
- b. Apakah literasi keuangan memengaruhi keputusan menggunakan nasabah produk tabungan di Bank Muamalat?
- c. Apakah *corporate image* memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat?
- d. Apakah *service quality* memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat?

- e. Bagaimana analisis pengaruh literasi keuangan, *corporate image*, *service quality* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan, *corporate image*, *service quality* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate image* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.
4. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat.
5. Untuk mengetahui analisis pengaruh literasi keuangan syariah, *corporate image*, *service quality* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademisi

Dari temuan yang didapatkan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan keilmuan dan sebagai wawasan mengenai literasi keuangan,

*corporate image, service quality* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan di bank muamalat dan dapat dijadikan masukan untuk peningkatan kualitas skripsi para mahasiswa dan mahasiswi selanjutnya.

2. Bagi penulis

Penulis dapat menambah pengetahuan dan wawasan di bidang keuangan syariah terlebih khusus pada bidang perbankan syariah, serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori mengenai dunia perbankan syariah yang diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi masyarakat umum

Agar dapat menambah keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk mengetahui minat masyarakat untuk menggunakan produk di bank syariah.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

BAB I tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

BAB II tentang tinjauan pustaka yang berisikan tentang teori-teori yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan penelitian seperti teori mengenai teori literasi keuangan, teori *corporate*

*image*, teori *service quality*, teori bank syariah, riset terdahulu dan kerangka pemikiran.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

BAB III membahas tentang metode penelitian yang terdiri atas populasi dan sampel, data dan sumber data, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data.

### **BAB IV : TEMUAN DAN ANALISIS PENELITIAN**

BAB IV berisikan tentang deskripsi data, temuan penelitian dan analisis hasil penelitian.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

BAB V berisikan kesimpulan hasil dari penelitian serta saran-saran yang sesuai dengan penelitian.