

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Industri perbankan syariah telah berkembang dengan baik dan bertransformasi dari hanya sekedar memperkenalkan suatu alternatif praktik perbankan syariah menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam perekonomian di tanah air. Industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perekonomian yang bersifat produktif.

Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, industri perbankan syariah juga menghadapi berbagai tantangan besar. Persaingan yang semakin ketat dengan bank konvensional, ekspektasi nasabah yang terus meningkat, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan transformasi digital menjadi isu-isu utama yang harus diatasi. Dalam konteks ini, *service excellence* dan kemampuan menciptakan *word of mouth* (WOM) yang positif menjadi faktor kunci untuk mempertahankan reputasi perusahaan yang baik.

Salah satu bank syariah yang mengalami perkembangan yang cukup pesat di Jawa Barat dan Banten yakni bank bjb syariah. Dengan jaringan layanan yang tersebar luas, Bank BJB Syariah telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk layanan keuangan berbasis syariah. Bank bjb syariah saat ini memiliki 67 kantor cabang terbesar di berbagai wilayah indonesia salah satunya yaitu kantor cabang cirebon. Berdasarkan data pada bank bjb syariah, total asset pada bank bjb syariah telah meningkat sebesar 9,67%, pada tahun 2023 mencapai Rp13,65 triliun sedangkan tahun 2022 sebesar Rp12,45 triliun. (Annual Report Tahunan 2023, 2023)

Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah), sebagai salah satu pemain

penting di sektor perbankan syariah, telah menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan *Service excellence*, *Word Of Mouth* dan Reputasi Perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penghargaan yang telah diraih, yang membuktikan konsistensi dalam memberikan layanan terbaik dan membangun citra bank yang positif. Berikut beberapa pencapaian penting Bank BJB Syariah terkait *Service Excellence* berdasarkan *Annual Report 2023*:

1. Penghargaan Indonesia Best Bank 2022
2. 19th Banking *Service Excellence* Awards 2022, dengan penghargaan:
 - Peringkat 3 untuk kategori *Best Overall Performance Bank Umum Syariah*
 - Peringkat 3 untuk kategori *Overall Walk in Channel Bank Umum Syariah*
3. *The Best Banking Syariah* dari Indonesia Magazine dalam acara *Digital Culture Excellence Award 2021*
4. *The Best Bank in Financial Resilience* kategori Bank Syariah Tahun 2022
5. Islamic Retail Banking Awards 2022

Penghargaan-penghargaan ini menjadi bukti nyata bahwa *service excellence* yang diterapkan oleh Bank BJB Syariah mampu menciptakan WOM positif di kalangan nasabah. WOM positif ini tidak hanya meningkatkan reputasi bank, tetapi juga menarik lebih banyak nasabah baru yang mempercayai bank berdasarkan rekomendasi dari nasabah yang puas. Pada akhirnya, keberhasilan ini menjadi salah satu faktor kunci yang memperkuat posisi Bank BJB Syariah sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia.

Reputasi perusahaan menjadi elemen penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif di industri perbankan syariah saat ini. Reputasi tidak hanya mencerminkan persepsi positif dari masyarakat tetapi juga menjadi faktor penentu loyalitas dan kepercayaan nasabah. Dua elemen utama yang berdampak langsung pada reputasi perusahaan adalah *service excellence* dan *word of mouth (WOM)*

Fenomena saat ini menunjukkan bahwa nasabah semakin memperhatikan kinerja pelayanan dalam memilih bank. Oleh karena itu, tidak mengherankan lagi

jika pada kenyataannya persaingan perbankan tidak lagi ditentukan oleh harga jual produk yang ditawarkan kepada pelanggan, tetapi lebih kepada kinerja pelayanan prima. Keberhasilan *service excellence* tergantung pada A6 yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*Accountability*) dalam pelaksanaannya penting bagi sebuah perusahaan untuk memperhatikan *service excellence* di tengah persaingan yang kompetitif ini dalam mendapatkan *image* yang baik dari nasabah. (Barata, 2024)

Tabel 1. 1

Kategori The Best Bank Service Excellence Tahun 2023-2024

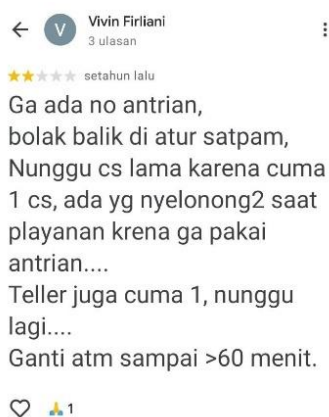
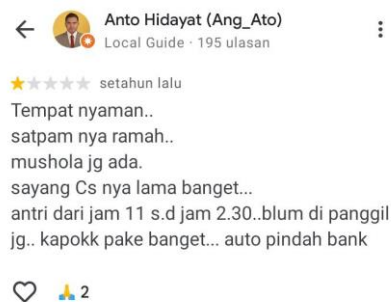
Tahun	Nama Bank	Indeks
2023	1. Bank Syariah Indonesia	86,60
	2. BCA Syariah	81,86
	3. Bank Muamalat	81,33
	4. Bank Jabar Banten Syariah	75,13
	5. Bank Mega Syariah	70,59
2024	1. Bank Syariah Indonesia	87,54
	2. BCA Syariah	85,95
	3. Bank Muamalat	85,78
	4. Bank Jabar Banten Syariah	78,95
	5. Bank Mega Syariah	77,95

Sumber: (Infobank 21th Banking Service Excellence Awards (BSEA) 2024, 2024)

Berdasarkan survei “Bank Service Excellence Monitor (BSEM) 2024 yang dilakukan oleh Infobank Media Group, dengan mengukur service excellence atau layanan prima bank di mata nasabahnya. Bank BJB Syariah saat ini hanya menempati posisi keempat dengan skor *service excellence* sebesar 78,95% pada juni 2024, Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Mumalat, dan BCA Syariah

merupakan tiga bank syariah terkemuka di Indonesia yang kini lebih unggul karena komitmennya dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

Pelayanan yang excellence tidak menjamin bank akan memiliki keuntungan seperti jumlah nasabah yang bertambah banyak, jika terdapat komentar-komentar negatif dari nasabahnya yang tersebar luas. *Word of mouth* tidak kalah penting menjadi faktor dalam membangun reputasi di era digital maupun komunikasi tradisional. *word of mouth* ialah komunikasi dari lisan ke lisan artinya proses komunikasi yang berwujud saran yang tujuannya untuk memberikan informasi. WOM positif dapat memperluas jaringan nasabah, sedangkan WOM negatif dapat menurunkan reputasi bank tersebut, seperti keluhan layanan yang lambat atau antrian panjang yang tertulis dalam ulasan nasabah di Google Maps Bjb Syariah berikut ini.



Sumber: Ulasan Gmaps pada Bank BJB Syariah KC Cirebon

**Gambar 1. 1 Keluhan Nasabah Terhadap Service Excellence Bank
BJB Syariah KC Cirebon**

Berdasarkan Gambar 1.1 terdapat sejumlah keluhan dari nasabah yang mencerminkan masalah dalam implementasi *service excellence* di Bank BJB Syariah KC Cirebon. Beberapa ulasan menyoroti kurangnya keramahan staf *front office*, di mana nasabah merasa tidak dilayani dengan sikap yang ramah dan profesional. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah, terutama bagi mereka yang baru pertama kali menggunakan layanan perbankan di Bank BJB Syariah KC Cirebon.

Selain itu, proses transaksi di Bank BJB Syariah KC Cirebon sering kali memakan waktu yang lama, Banyak nasabah yang mengeluhkan bahwa durasi transaksi melebihi harapan mereka. Hal ini diperburuk oleh sistem antrean yang kurang efisien, sehingga menyebabkan antrean yang membludak, baik di dalam ruang tunggu maupun di luar kantor. Komentar negatif tersebut ternyata memengaruhi pertumbuhan jumlah nasabah dari Bjb Syariah, sebagai mana yang dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut.

Tabel 1. 2

Data Jumlah Nasabah Bank BJB Syariah 2021-2023

Tahun	Jumlah
2021	1.073.000
2022	1.150.000
2023	1.103.000

Sumber: Annual Report Bank BJB Syariah Tahun 2021-2023

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa jumlah nasabah Bjb Syariah mengalami peningkatan pada tahun 2021-2022, dengan persentase kenaikan sebesar 7,18%. Namun, terlihat adanya penurunan jumlah nasabah di tahun 2023, Hal ini disebabkan oleh terdapat pelayanan yang mengecewakan dan *Word Of Mouth* (WOM) negatif walaupun Bjb Syariah mendapatkan banyak penghargaan

terkait pelayanan kepada nasabahnya. Kondisi ini bisa mengakibatkan nasabah memutuskan untuk beralih ke bank syariah lain yang dinilai mampu memberikan pelayanan yang lebih baik. Hal tersebut membuktikan bahwa penghargaan *Service Excellence* yang diraih oleh Bank BJB Syariah belum mampu meredam *Word of Mouth* (WOM) negatif yang beredar di kalangan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Fitriawati 2021, Husna 2023, dan Putri 2021 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *service excellence* (layanan prima) terhadap reputasi perusahaan bersifat positif. Selain itu, terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Word Of Mouth* (WOM) dan reputasi bank bersifat positif. Oleh karena itu, *Negative Word of Mouth* (WOM), berpindahnya nasabah ke bank lain serta efek-efek buruk lain yang akan mempengaruhi keberlangsungan usaha bank (*bussines sustainability*).

Pebedaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini menganalisis secara mendalam bagaimana *service excellence* yang mencakup kinerja *service excellence*, kecepatan, dan keramahan serta WOM, baik secara langsung (*offline*) maupun melalui platform digital, dapat memengaruhi reputasi perusahaan. Lebih spesifik lagi, penelitian yang secara langsung berfokus pada Bank BJB Syariah.

Dengan mengintegrasikan variabel *service excellence* dan WOM, penelitian ini memiliki nilai penting dalam memberikan pemahaman yang lebih terperinci mengenai peran *service excellence* dan *word of mouth* dalam membangun reputasi Perusahaan yang kuat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi Bank BJB Syariah dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk memperkuat posisi mereka sebagai bank syariah pilihan di wilayah Cirebon.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Penurunan jumlah nasabah bank BJB Syariah Tahun 2023 sebesar 77.000 Nasabah.
2. *Word of mouth Negatif* berpotensi menurunkan Reputasi Perusahaan, hal ini disebabkan oleh ulasan Google maps yang terdapat indikasi WOM Negatif

yang dapat mempengaruhi Reputasi Perusahaan.

3. Keluhan nasabah terkait *Service Excellence*, hal ini disebabkan oleh segi sikap staf, efisiensi proses transaksi, maupun pengelolaan antrean yang tidak memenuhi ekspektasi nasabah Bank Bjb Syariah Kc Cirebon.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk menjaga fokus penelitian agar tetap terarah dan menghindari pembahasan yang meluas atau menyimpang dari pokok permasalahan. Dalam penelitian ini, batasan masalah mencakup lokasi penelitian yang terbatas yaitu pada Bank BJB Syariah KC Cirebon, Jawa Barat. Selain itu, penelitian difokuskan pada variabel *Service Excellence*, *Word Of Mouth*, dan Reputasi Perusahaan. Waktu pelaksanaan penelitian ditetapkan selama periode tertentu, yaitu mulai pada Desember hingga Maret 2024.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon?
2. Bagaimana Pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon?
3. Bagaimana Pengaruh *Service Excellence* Dan *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang terjadi:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh *service excellence* terhadap reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon
2. Mengetahui bagaimana pengaruh *word of mouth (WOM)* terhadap reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon
3. Mengetahui bagaimana pengaruh *service excellence* dan *word of mouth (WOM)* terhadap reputasi Bank BJB Syariah KC Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat melalui dua aspek, yaitu teoritis dan praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam memahami hubungan antara *service excellence* dan *word of mouth* (WOM) terhadap reputasi perusahaan, serta memperkaya literatur di bidang operasional dan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon, sekaligus menambah wawasan peneliti terkait praktik *service excellence* dan pengelolaan WOM dalam membangun reputasi perusahaan.

b) Bagi Universitas Siber Syekh Nurjati Cirebon

Penelitian ini menambah koleksi penelitian mahasiswa serta menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian sejenis, khususnya terkait operasional bank dan reputasi dalam konteks perbankan syariah.

c) Bagi Bank Jabar Banten Syariah (BJB Syariah) KC Cirebon

Penelitian ini memberikan wawasan berharga mengenai pengaruh *service excellence* dan *word of mouth* (WOM) terhadap reputasi bank. Hasil penelitian dapat membantu Bank BJB Syariah dalam:

- Mengidentifikasi area layanan yang perlu diperbaiki untuk memperkuat reputasi perusahaan.
- Mengembangkan strategi operasional yang lebih efektif untuk meningkatkan *service excellence*.
- Mengelola WOM, baik secara offline maupun online, untuk meningkatkan

citra positif bank.

d) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berfokus pada hubungan antara *Service Excellence*, *Word Of Mouth* (WOM), dan reputasi perusahaan, khususnya di industri perbankan syariah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar mendapat kejelasan arah dalam masalah yang dihadapi.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan latar belakang masalah yang menjadi dasar dilakukannya penelitian, mengidentifikasi beberapa research gap dari hasil penelitian sebelumnya, serta merinci masalah yang berhubungan dengan objek penelitian. Pembahasan juga mencakup batasan masalah untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar tetap fokus, definisi operasional setiap variabel yang akan diteliti, serta perumusan masalah yang mencakup pertanyaan umum dan khusus. Selain itu, penulis menguraikan tujuan penelitian sebagai jawaban atas perumusan masalah, manfaat penelitian yang diharapkan, metode penelitian yang digunakan, dan sistematika pembahasan yang diikuti.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini memaparkan teori yang menjelaskan kerangka dasar dan memberikan uraian mengenai masing-masing variabel, yang didukung oleh berbagai referensi. Penelitian ini juga diperkuat dengan kajian dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain itu, bab ini menyajikan kerangka pemikiran yang menggambarkan pandangan peneliti terhadap masalah yang akan diselesaikan, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian berdasarkan hasil kajian dari kerangka teori tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat informasi mengenai penelitian, mencakup lokasi dan waktu pelaksanaan hingga penelitian selesai. Selain itu, dijelaskan jenis penelitian yang diterapkan, populasi dan sampel yang diteliti, teknik pengumpulan data yang digunakan, serta metode analisis data yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi data penelitian, hasil analisis, dan pembahasan terkait penelitian. Secara keseluruhan, sub-bab yang ada dalam hasil penelitian membahas tentang temuan penelitian. Bab ini dimulai dengan penjelasan rinci mengenai data yang akan dianalisis, kemudian dilanjutkan dengan analisis data menggunakan metode yang telah dijelaskan di Bab III, sehingga diperoleh hasil dari analisis tersebut dan pembahasan mengenai hasil yang dicapai.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Secara keseluruhan, sub-bab dalam bagian penutup membahas kesimpulan yang diambil dari penelitian setelah menganalisis data dan mendapatkan hasil. Ini merupakan tahap akhir dari penelitian, di mana penulis merumuskan kesimpulan berdasarkan temuan penelitian serta memberikan saran konstruktif yang bermanfaat bagi berbagai pihak.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON