Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN: 3024-8140
Volume 3, Issue Desember, 2025 pp. 2039-2045 http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Public relation sebagai manajemen krisis dalam membangun kembali kepercayaan nasabah pasca serangan siber bank BSI

Muhammad Bayu Adinugroho[1]
program studi Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang;
e-mail: muhammadbayuadi26@gmail.com

Kata Kunci:
Public Relation; Manajemen Krisis; Kepercayaan Nasabah; Serangan Siber; Bank BSI

Keywords:
Public Relation; Crisis Management; Customer Trust; Cyber Attack; Bank BSI

A B S T R A K

Pada 2020, pemerintah mengumumkan merger Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Pada Mei 2023, BSI mengalami serangan siber oleh kelompok LockBit 3.0, menyebabkan layanan perbankan lumpuh selama lima hari dan kebocoran data nasabah. Penelitian ini menggunakan teori SSCT dari Coombs & Holladay. Pertama, BSI menerapkan deny strategy dengan mengurangi dampak krisis. Kedua, diminish strategy terlihat dalam permohonan maaf kepada nasabah dan penjelasan tentang langkah pemeliharaan sistem. Ketiga, bolstering strategy dilakukan dengan mengingatkan nasabah tentang potensi penipuan. Public relations (PR) berperan penting sebagai jembatan komunikasi antara BSI dan nasabah, menyampaikan informasi akurat dan meredakan kekhawatiran publik.

A B S T R A C T

In 2020, the government announced the merger of Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, and BRI Syariah to become Bank Syariah Indonesia (BSI). In May 2023, BSI experienced a cyberattack by the LockBit 3.0 group, causing banking services to be paralyzed for five days and customer data leaks. This study uses the SSCT theory from Coombs & Holladay. First, BSI implements a deny strategy by reducing the impact of the crisis. Second, the diminish strategy is seen in apologies to customers and explanations of system maintenance steps. Third, the bolstering strategy is carried out by reminding customers of potential fraud. Public relations (PR) plays an important role as a communication bridge between BSI and customers, conveying accurate information and alleviating public concerns.

Pendahuluan

Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan pendirian Bank Muamalat pada 1 November 1991, yang merupakan bank syariah pertama di negara ini. Bank ini didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan sesuai prinsip syariah, dengan inisiatif dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), serta dukungan pemerintah. Lokakarya MUI pada Agustus 1990 di Cisarua, Bogor, menjadi titik awal gagasan ini, yang kemudian disetujui dalam Musyawarah Nasional MUI. Setelah krisis moneter 1997-1998, Bank Muamalat berhasil bertahan dan menjadi pelopor dalam industri perbankan syariah, yang mendorong pendirian bank-bank syariah lainnya (Suryani, 2012). Pada tahun 2016, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merancang pengembangan sektor keuangan syariah melalui roadmap untuk konsolidasi bank-bank syariah, bertujuan memperkuat posisi perbankan syariah di

Indonesia. Pada tahun 2020, pemerintah mengumumkan rencana merger antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah untuk membentuk satu entitas yang lebih kuat, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan layanan perbankan syariah di masyarakat (OJK, 2017).

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menunjukkan perkembangan yang signifikan sejak berdirinya. Hingga September 2023, BSI mencatatkan jumlah nasabah mencapai 19,22 juta, tumbuh 10,9% secara tahunan. Dalam hal pembiayaan, BSI telah menyalurkan Rp 232 triliun, dengan pertumbuhan 15,94% year on year, dan segmen konsumer mendominasi dengan Rp 117,92 triliun (Paramitha, 2023). Akan Tetapi pada perjalanannya BSI tidak selalu pada jalan yang mulus. Pada Mei 2023, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami serangan siber yang signifikan, diduga dilakukan oleh kelompok peretas yang dikenal sebagai LockBit 3.0. Serangan ini dimulai dengan penetrasi ke dalam sistem BSI melalui perangkat keamanan yang tidak terkonfigurasi dengan baik, yang memungkinkan penyerang untuk mengakses dan mengendalikan sistem bank. Mereka memanfaatkan malware untuk mengeksploitasi celah keamanan, berhasil mengenkripsi data dan mencuri informasi sensitif, termasuk data pribadi 15 juta nasabah serta informasi karyawan BSI, dengan total data yang dicuri mencapai sekitar 1,5 terabyte (Tempo.Co, 2023).

Akibat serangan tersebut, layanan perbankan BSI lumpuh selama kurang lebih lima hari mulai 8 Mei 2023, sehingga nasabah mengalami kesulitan dalam mengakses aplikasi BSI Mobile dan layanan ATM. Meskipun terjadi kebocoran data, pihak BSI menegaskan bahwa dana nasabah tetap aman dan berusaha memulihkan layanan secepat mungkin. Corporate Secretary BSI menyatakan bahwa mereka akan berkolaborasi dengan pihak yan berwenang untuk menangani isu kebocoran data. Setelah serangan tersebut, LockBit mengklaim bertanggung jawab dan membocorkan data nasabah di dark web setelah tenggat waktu negosiasi berakhir, meminta tebusan sebesar USD 20 juta untuk tidak membocorkan lebih banyak data (BBC Indonesia, n.d.).

Dampak dari insiden tersebut sangat signifikan, dengan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI mengalami penurunan sebesar 47,6% yang dapat mengurangi loyalitas mereka terhadap bank. Kekhawatiran masyarakat mengenai keamanan layanan perbankan meningkat, yang berdampak negatif pada citra BSI sebagai lembaga keuangan syariah (B. R. Maulana & Nasrulloh, 2024). Sebagai akibat dari insiden tersebut, sebuah krisis muncul secara langsung. Krisis, yang didefinisikan sebagai suatu kejadian yang tidak terduga, memiliki potensi untuk mengganggu pengalaman dan ekspektasi stakeholder terhadap berbagai aspek yang dapat "membahayakan atau mengganggu operasional organisasi." Hal ini dapat menimbulkan ancaman terhadap stabilitas finansial, reputasi, serta citra publik organisasi tersebut (Fitri et al., 2021). Situational Crisis Communication Theory (SCCT) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk membantu organisasi dalam merespons krisis secara efektif. Metode ini berfokus pada pemilihan strategi komunikasi yang sesuai berdasarkan konteks krisis yang dihadapi yang dikembangkan oleh W. Timothy Coombs SCCT sebagai strategi penanganan krisis terbagi menjadi tiga pendekatan utama. Pertama, Strategi Penolakan (Deny Strategy) berusaha menunjukkan bahwa perusahaan atau organisasi

tidak bertanggung jawab atas krisis yang terjadi, melainkan pihak lain yang seharusnya menanggung tanggung jawab. Kedua, Strategi Mengurangi (Diminish Strategy) bertujuan untuk mengecilkan tanggung jawab dan meredakan keseriusan situasi yang dihadapi. Ketiga, Strategi Memperkuat (Bolstering Strategy) berupaya mengingatkan publik bahwa perusahaan atau organisasi terdiri dari individu-individu berkualitas tinggi yang menjalankan tugas mereka dengan baik, sehingga risiko terjadinya krisis dapat diminimalkan (B. R. Maulana & Nasrulloh, 2024).

Public relations memiliki peranan krusial dalam sektor perbankan, di mana kepercayaan dan reputasi menjadi aset yang sangat penting. Di tengah era digital dan aliran informasi yang cepat, bank berfungsi tidak hanya sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai entitas yang perlu menjalin hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk nasabah, investor, media, dan masyarakat umum. Aktivitas PR di dunia perbankan melibatkan strategi komunikasi yang ditujukan untuk membangun citra yang positif, mengelola situasi krisis, dan menjamin transparansi (Fitri et al., 2021). Dalam hal ini, bank dituntut untuk mampu mengatasi berbagai tantangan yang muncul, seperti perubahan regulasi, fluktuasi ekonomi, serta isu-isu sosial yang dapat memengaruhi pandangan publik. Dengan pendekatan yang tepat, PR tidak hanya membantu bank dalam mempertahankan kepercayaan nasabah, tetapi juga membuka peluang untuk meningkatkan loyalitas dan menarik pelanggan baru. Dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi dari media sosial hingga kampanye publik. Bank dapat menyampaikan pesan yang jelas dan konsisten, serta membangun hubungan yang kuat dengan komunitas di sekitarnya. Berdasarkan pada penjelasan terkait permasalahan, latar belakang dan pemaparan penelitian sebelumnya. Penelitian ini memiliki fokus pembahasan terhadap "Peran Public Relation Sebagai Manajemen Krisis dalam Membangun Kembali Kepercayaan Nasabah Pasca Serangan Siber Bank BSI" yang diperdalam menggunakan teori Situational Communication Crisis Theory (SCCT).

Pembahasan

Implementasi SCCT dan Teori Pemulihan Kepercayaan pada Komunikasi dan Strategi serta Kebijakan BSI

SCCT membedakan krisis menjadi beberapa kategori, seperti krisis yang disebabkan oleh kesalahan organisasi (misalnya, skandal), krisis yang disebabkan oleh faktor eksternal (misalnya, bencana alam), atau krisis yang muncul dari tindakan pihak ketiga (Juliana et al., 2022). Perlu untuk dilakukannya identifikasi jenis krisis gunamembantu organisasi dalam menentukan respons yang tepat. Dalam kasus ini Bank Syariah Indonesia (BSI) dihadapkan dengan krisis yang muncul akibat dari tindakan pihak ketiga atau diluar internal perusahaan karena kasus yang terjadi adalah sebuah peretasan. SCCT juga mendorong organisasi atau perusahaan untuk mengevaluasi tingkat tanggung jawab mereka terhadap krisis. Apakah organisasi atau perusahaan sepenuhnya bertanggung jawab, sebagian, atau tidak bertanggung jawab sama sekali? Penilaian ini akan mempengaruhi bagaimana pesan disampaikan kepada publik. Pada kasus ini perusahaan terkait yakni BSI bertanggung jawab penuh atas adanya peretasan

data nasabahnya karena insiden tersebut murni karena kurangnya atau lemahnya sistem keamanan siber perusahaan.

Menindaklanjuti serangan siber tersebut, Bank Syariah Indonesia (BSI) menyadari kebutuhan kritis untuk memberikan respons yang cepat dan efektif kepada nasabah dan pemangku kepentingannya. Memahami bahwa kepercayaan dapat dengan mudah berkurang dalam keadaan seperti itu, BSI bertindak cepat untuk mengurangi kecemasan dan kekhawatiran yang muncul di antara kliennya. Sebagai bagian dari upaya komunikasi strategisnya, BSI memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk menyebarkan informasi. Pada 8 Mei 2023, bertepatan dengan tanggal kejadian, BSI menerbitkan pernyataan resmi di akun Instagram-nya, @banksyariahindonesia. Tindakan ini mencerminkan komitmen BSI terhadap transparansi dan tanggung jawab dalam menjaga kepercayaan nasabah di tengah situasi krisis. Pada analisis data menggunakan pendekatan teori SCCT, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengadopsi strategi komunikasi yang sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi. BSI menggunakan strategi ini dengan mengeluarkan pernyataan resmi melalui akun media sosial resmi mereka, seperti Instagram, serta mengunggah siaran pers di situs web resmi BSI. Dengan membagikan informasi dalam bentuk pernyataan dan siaran pers, BSI dapat secara efektif menangani dan memulihkan isu-isu negatif melalui media sosial.

Pertama, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengimplementasikan deny strategy dengan menyatakan jika gangguan layanan yang terjadi disebabkan oleh pemeliharaan sistem, sehingga mereka tidak mengakui tanggung jawab atas kegagalan internal. Meskipun demikian, BSI juga menegaskan pentingnya penanganan masalah secara proaktif dan transparan untuk memperbaiki keadaan serta memulihkan kepercayaan nasabah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nicky Maulana Dkk. (N. Maulana et al., 2024) yang menyatakan bahwa BSI lewat Instagram resminya, Corporate Secretary BSI menginformasikan pernyataan tanggapan akibat krisis yang melibatkan peretasan data nasabah BSI. Pada pernyataan tersebut, Corporate Secretary menegaskan bahwa BSI mengadopsi sikap denial atau sanggahan terkait peristiwa yang menimpa BSI. Pernyataan ini ditujukan untuk memberikan respon terhadap situasi yang sedang terjadi pada BSI.

Kedua, diminish strategy terimplementasi dalam permohonan maaf yang disampaikan kepada nasabah, disertai penjelasan mengenai langkah-langkah yang telah diambil untuk mengatasi isu tersebut. Melalui pendekatan ini, BSI berusaha mengurangi dampak negatif dari insiden yang terjadi dengan menunjukkan transparansi dan tanggung jawab dalam penyelesaiannya. Dalam upaya pengembangan dan peningkatan Sistem Keamanan dan Teknologi, BSI juga mengambil langkah-langkah terbaik untuk memaintenance masalah keamanan yang ada dan mencegah terulangnya insiden serupa di masa depan. Tindakan yang diambil meliputi pengembangan server baru, peningkatan enkripsi data, pembaruan gateway, serta penerapan sistem autentikasi ganda. Langkah-langkah ini sejalan dengan prinsip Corrective Action pada teori pemulihan citra, yang menitik beratkan pada pentingnya membenahi situasi dan memperkecil efek buruk krisis yang terjadi. Selain itu, pelaksanaan layanan Weekend Banking yang dilakukan juga selaras dengan strategi pemulihan citra. Layanan ini dirancang untuk memberikan kompensasi kepada nasabah sebagai bentuk penggantian

atas gangguan dan ketidaknyamanan yang mungkin mereka alami akibat serangan siber sebelumnya. Hal ini mencerminkan konsep Compensation dalam bagian Reducing Offensiveness dalam teori pemulihan citra, yang menekankan pentingnya memberikan kompensasi kepada pihak-pihak yang terdampak negatif (Nur, 2023).

Ketiga, dalam rangka bolstering strategy, BSI mengingatkan nasabah untuk tetap waspada terhadap potensi penipuan yang mungkin muncul akibat situasi ini (Sandy, 2024). Mereka juga meyakinkankan komitmen mereka terhadap keamanan dana nasabah. Dengan langkah-langkah ini, BSI berupaya untuk membangun kembali kepercayaan nasabah dan citra perusahaan mereka sebagai lembaga keuangan yang dapat diandalkan dan aman, bahkan dalam menghadapi situasi krisis. Dengan dilakukannya kebijakan-kebijakan oleh BSI pasca terjadinya serangan siber yang sejalan dengan SCCT dan tahapan atau strateginya maka diharapkan mampu membangun kembali kepercayaan nasabah sekaligus citra dari perusahaan Bank BSI sendiri dengan baik. Akan tetapi hal tersebut juga harus dibuktikan oleh pihak perusahaan dengan memperbaiki dan meningkatkan sistem keamanan siber secara terus menerus.

Peran Public Relation dalam Pemulihan Kepercayaan pada Komunikasi dan Strategi serta Kebijakan BSI

Public relations (PR) memiliki peran yang sangat krusial dalam penanganan krisis dan pengembalian kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) setelah terjadinya serangan siber. Dalam konteks ini, PR berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara lembaga keuangan dan nasabah serta pemangku kepentingan lainnya. Melalui pendekatan yang terstruktur, PR tidak hanya bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat dan tepat waktu, tetapi juga untuk membangun narasi yang dapat meredakan kekhawatiran dan ketidakpastian di kalangan publik (Ihyak et al., 2023). Pertama, PR berperan aktif dalam penyampaian pesan krisis. Ini dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, situs web resmi, dan siaran pers. Dengan menggunakan platform-platform ini, BSI dapat menginformasikan nasabah mengenai situasi terkini, langkah-langkah yang telah diambil untuk mengatasi masalah, serta upaya yang dilakukan untuk mencegah kejadian serupa di masa mendatang. Transparansi dalam komunikasi ini sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan nasabah. Kedua, PR memainkan peran sentral dalam edukasi publik. Melalui kampanye komunikasi yang terencana, BSI dapat mengedukasi nasabah tentang keamanan siber, termasuk cara mengenali dan menghindari potensi penipuan. Dengan memberikan informasi yang relevan dan berguna, PR membantu nasabah merasa lebih aman dan terlindungi, sehingga berkontribusi pada pengembalian kepercayaan terhadap lembaga.

Ketiga, PR juga terlibat dalam pemantauan umpan balik dari publik dan media. Dengan melakukan analisis terhadap reaksi masyarakat, BSI dapat mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Ini mencakup merespons pertanyaan atau kekhawatiran yang muncul, yang pada gilirannya dapat membantu memperkuat hubungan antara bank dan nasabah. PR pada akhirnya berkolaborasi dengan pemangku kepentingan, termasuk regulator dan mitra bisnis, untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah konsisten dan kredibel. Keterlibatan dalam diskusi publik dan forum juga merupakan langkah

strategis untuk membangun kembali kepercayaan nasabah. Dengan pendekatan yang holistik dan integratif, PR di BSI memainkan peran penting dalam meredakan ketegangan, memulihkan citra lembaga keuangan, dan memastikan keberlanjutan hubungan yang positif dengan nasabah di tengah situasi krisis.

Kesimpulan dan Saran

Public Relation Sebagai Manajemen Krisis dalam Membangun Kembali Kepercayaan Nasabah Pasca Serangan Siber Bank BSI memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi krisis. Public Relation berperan sebagai pembuat kebijakan komunikasi informasi serta sebagai jembatan antara kebijakan perusahaan dan para pemangku kepentingan perusahaan. Dalam menangani krisis akibat serangan siber BSI dapat mengimplementasikan SCCT dengan baik serta peran Public Relation perusahaan sangat baik dalam membantu membangun kembali kepercayaan serta citra perusahaan sehingga sampai saat ini perusahaan bisa tetap eksis bahkan terus berkembang. Diharapkan pada penelitian selanjutnya akan dilakukan pembahasan yang lebih mendalam serta dapat menggunakan variabel lain dan mampu menggunakan pengolahan data deta lebih baik.

Daftar Pustaka

BBC Indonesia. (n.d.). *BSI diduga kena serangan siber, pengamat sebut sistem pertahanan bank "tidak kuat."* https://www.bbc.com/indonesia/articles/cn01gdr7eero

Fitri, A. N., Fitri, Karim, A., & Rachmawati, F. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Maskapai Penerbangan di Indonesia. *Jurnal IMPRESI*, *1*(2), 89–104. http://dx.doi.org/10.20961/impresi.v1i2.49142

Ihyak, M., Segaf, & Suprayitno, E. (2023). Enrichment: Journal of Management Risk management in Islamic financial institutions (literature review). *Enrichment: Journal of Management*, *13*(2), 1560–1567. https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i2.1473

Juliana, R., Asmara, S., & Kurniawati, D. (2022). Manajemen Komunikasi Krisis Direktorat Jenderal Pajak Dalam Mengatasi Dampak Negatif Dari Pemberitaan Pajak Pertambahan Nilai Barang Kebutuhan Pokok. *KomunikA*, *18*(2), 17–35. https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9545

Maulana, B. R., & Nasrulloh, N. (2024). Analisis Strategi Pemulihan Citra Bank Syariah Indonesia Pasca Dugaan Serangan Siber. *Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, *8*(1), 76–91.

Maulana, N., Laurens, T., Faiz, H. A., & Patrianti, T. (2024). Manajemen Krisis PT. BSI Tbk Pasca Peretasan Data Nasabah. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *4*, 8244–8258.

Nur, A. (2023). BSI's data breach: A menace to Indonesia's banking security. *Indonesia Business Post*. https://indonesiabusinesspost.com/insider/bsis-data-breach-a-menace-to-indonesias-banking-security/

OJK. (2017). *Sejarah Perbankan Syariah*. Otoritas Jasa Keuangan.

https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx

Paramitha, D. D. (2023). *Andalkan Jumlah Nasabah, BSI Optimistis Tahun 2024 Kinerja Positif*. Tempo.Co. https://bisnis.tempo.co/read/1798704/andalkan-jumlah-nasabah-bsi-optimistis-tahun-2024-kinerja-positif

Sandy, K. F. (2024). *BSI (BRIS) Imbau Nasabah Selalu Waspadai Modus Penipuan Online*. https://www.idxchannel.com/banking/bsi-bris-imbau-nasabah-selalu-waspadai-modus-penipuan-online

Suryani, S. (2012). Sistem Perbankan Islam di Indonesia: Sejarah dan Prospek Pengembangan. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *3*(1), 111. https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.111-131

Tempo.Co. (2023). *Sebelum PDNS, Ransomware LockBit Pernah Menyerang BSI pada 2023*. https://tekno.tempo.co/read/1884344/sebelum-pdns-ransomware-lockbit-pernah-menyerang-bsi-pada-2023