

Eksplorasi literatur tentang risiko reputasi di bank syariah: Faktor, dampak, dan strategi pengelolaan

Aldika Bayu Setiawan

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: aldiakabayu888@gmail.com

Kata Kunci:

Risiko reputasi; bank syariah; faktor risiko; dampak risiko; strategi pengelolaan

Keywords:

Reputational risk; Islamic banks; risk factors; risk impact; management strategy

ABSTRAK

Risiko reputasi merupakan aspek krusial bagi bank syariah, mengingat operasionalnya tidak hanya bertumpu pada profitabilitas tetapi juga pada integritas moral dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Artikel ini melakukan eksplorasi literatur untuk mengidentifikasi secara komprehensif faktor-faktor penyebab, dampak yang ditimbulkan, serta strategi pengelolaan risiko reputasi yang relevan bagi bank syariah. Melalui tinjauan literatur sistematis, penelitian ini mensintesis berbagai studi terdahulu. Temuan menunjukkan bahwa faktor pemicu risiko reputasi meliputi ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah, masalah operasional seperti fraud dan kelemahan sistem, tata kelola perusahaan yang lemah termasuk minimnya transparansi dan peran pasif Dewan Pengawas Syariah (DPS), dampak negatif media dan rumor di era digital,

serta komunikasi krisis yang tidak efektif. Dampak dari risiko ini sangat signifikan, mencakup penurunan kepercayaan nasabah dan investor yang berujung pada withdrawal risk, kerugian finansial, kerusakan citra merek (brand damage), penurunan loyalitas, kesulitan ekspansi, hingga potensi ancaman terhadap stabilitas dan keberlangsungan bank syariah, bahkan industri secara keseluruhan. Strategi pengelolaan yang efektif melibatkan penguatan kepatuhan syariah melalui peran aktif DPS dan audit syariah, peningkatan tata kelola perusahaan dan transparansi informasi (termasuk Sharia Social Reporting), manajemen risiko operasional yang solid, serta pengembangan sistem manajemen krisis dan komunikasi krisis yang responsif dan selaras dengan nilai-nilai Islam. Kajian ini menggariskan bahwa pengelolaan risiko reputasi adalah elemen strategis yang fundamental untuk menjaga integritas, kepercayaan, dan keberlanjutan bank syariah di tengah tantangan industri jasa keuangan.

ABSTRACT

Reputational risk is a crucial aspect for Islamic banks, considering that their operations are not only based on profitability but also on moral integrity and compliance with sharia principles. This article conducts a literature exploration to comprehensively identify the causative factors, impacts, and reputation risk management strategies that are relevant for Islamic banks. Through a systematic literature review, this research synthesizes previous studies. The findings show that the drivers of reputational risk include non-compliance with Shariah principles, operational issues such as fraud and system weaknesses, weak corporate governance including lack of transparency and passive role of the Shariah Supervisory Board (DPS), negative impact of media and rumors in the digital era, and ineffective crisis communication. The impact of this risk is very significant, including a decrease in customer and investor trust leading to withdrawal risk, financial losses, brand damage, decreased loyalty, difficulty in expansion, and potential threats to the stability and sustainability of Islamic banks, even the industry as a whole. Effective management strategies involve strengthening sharia compliance through the active role of DPS and sharia audit, improving corporate governance and information transparency (including Sharia Social Reporting), solid operational risk management, and developing a responsive crisis management and crisis communication system that is in line with Islamic values. This study underlines that reputation risk



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

management is a fundamental strategic element to maintain the integrity, trust, and sustainability of Islamic banks amidst the challenges of the financial services industry.

Pendahuluan

Industri perbankan, sebagai pilar fundamental dalam sistem perekonomian global, sangat bergantung pada kepercayaan publik. Di tengah lanskap keuangan yang dinamis dan penuh persaingan, reputasi menjadi salah satu aset tak berwujud yang paling krusial bagi keberlangsungan sebuah bank. Risiko reputasi, yang didefinisikan sebagai potensi kerugian akibat persepsi negatif dari para pemangku kepentingan seperti nasabah, investor, regulator, dan masyarakat luas, dapat timbul dari berbagai sumber dan memiliki konsekuensi yang signifikan. Kehilangan kepercayaan dapat secara cepat menggerogoti basis nasabah, menurunkan profitabilitas, hingga mengancam eksistensi institusi perbankan itu sendiri. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai risiko reputasi menjadi esensial bagi setiap entitas perbankan.

Dalam konteks perbankan syariah, Risiko reputasi pada bank syariah dapat timbul dari berbagai sumber, baik faktor internal seperti kelalaian dalam manajemen risiko, fraud, hingga lemahnya tata kelola perusahaan, maupun faktor eksternal seperti pemberitaan negatif di media dan ketidakpuasan nasabah yang viral di media sosial. Bahkan, satu insiden reputasi yang terjadi pada satu bank syariah dapat menular secara sistemik ke lembaga keuangan syariah lainnya karena publik cenderung melihat industri ini sebagai satu kesatuan berdasarkan prinsip agama yang sama (Nugraha, 2019). Oleh karena itu, reputasi tidak hanya menjadi alat kompetitif, tetapi juga faktor yang menentukan ketahanan bank syariah di tengah persaingan industri jasa keuangan.

Selain itu, urgensi pengelolaan risiko reputasi bahkan menjadi lebih menonjol. Bank syariah tidak hanya beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip keuangan konvensional, tetapi juga terikat pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam yang melengkapi aspek etika, moralitas, keadilan, dan transparansi. Identitas dan diferensiasi utama bank syariah terletak pada komitmennya terhadap nilai-nilai ini. Dengan demikian, isu-isu terkait ketidakpatuhan syariah, kurangnya transparansi dalam operasional, atau keterlibatan dalam praktik yang dianggap tidak etis dapat secara langsung dan lebih tajam merusak reputasi bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional, karena hal tersebut menyerang esensi fundamental dari keberadaan mereka.

Mengingat keunikan dan sensitivitas tersebut, eksplorasi literatur yang komprehensif mengenai risiko reputasi di bank syariah menjadi sangat relevan. Studi-studi terdahulu telah mulai menyoroti berbagai aspek risiko ini, namun seringkali tersebar dalam berbagai publikasi dan dengan fokus yang beragam. Artikel ini bertujuan untuk melakukan tinjauan literatur sistematis guna mengidentifikasi dan mensintesis temuan-temuan kunci terkait faktor-faktor pemicu risiko reputasi yang spesifik dalam konteks bank syariah. Faktor-faktor ini dapat berkisar dari isu kepatuhan syariah, kualitas layanan, tata kelola perusahaan, hingga persepsi publik terhadap industri keuangan syariah secara keseluruhan.

Lebih lanjut, eksplorasi ini juga akan mendalami dampak yang ditimbulkan oleh risiko reputasi terhadap kinerja dan stabilitas bank syariah. Dampak tersebut tidak hanya terbatas pada kerugian finansial langsung, seperti penurunan simpanan nasabah atau kesulitan mendapatkan pendanaan, tetapi juga mencakup dampak jangka panjang seperti hilangnya loyalitas nasabah, kesulitan menarik talenta berkualitas, hingga peningkatan pengawasan regulator. Penelitian oleh Falikhatur dan Mutiarafah (2021) menunjukkan bahwa reputasi memiliki korelasi positif terhadap kinerja keuangan bank syariah, yang mengindikasikan bahwa semakin baik reputasi sebuah bank, semakin tinggi pula kepercayaan investor dan nasabah terhadap produk serta layanannya. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai spektrum dampak ini krusial untuk menyadarkan para praktisi akan pentingnya mitigasi risiko reputasi secara proaktif dan efektif.

Sebagai bagian akhir dari tinjauan ini, artikel akan mengulas berbagai strategi pengelolaan risiko reputasi yang telah diidentifikasi dan diusulkan dalam literatur. Strategi-strategi ini meliputi penguatan kerangka tata kelola syariah, peningkatan transparansi dan komunikasi, pengembangan mekanisme deteksi dini, hingga perumusan rencana respons krisis yang efektif. Dengan menyajikan gambaran menyeluruh mengenai faktor, dampak, dan strategi pengelolaan risiko reputasi di bank syariah, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kerangka kerja yang lebih robust bagi praktisi, regulator, dan akademisi dalam menjaga serta meningkatkan integritas dan kepercayaan pada industri perbankan syariah.

Pembahasan

Definisi Risiko Reputasi

Ruputasi merupakan aset tak berwujud yang sangat vital bagi institusi keuangan, terutama bank syariah, yang operasionalnya tidak hanya diukur dari sisi profitabilitas, tetapi juga dari integritas moral dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dalam konteks ini, reputasi mencerminkan seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap komitmen bank dalam menjalankan kegiatan perbankan yang bebas dari *riba*, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (spekulasi). Oleh sebab itu, setiap penyimpangan dari nilai-nilai syariah dapat berdampak langsung pada reputasi bank, yang kemudian bisa mempengaruhi persepsi publik secara luas (Azrak et al., 2016).

Secara teoritis, risiko reputasi didefinisikan sebagai potensi kerugian yang timbul akibat persepsi negatif dari pemangku kepentingan seperti nasabah, investor, regulator, atau masyarakat luas yang disebabkan oleh kegagalan organisasi dalam memenuhi ekspektasi etis, hukum, atau profesional. Risiko ini bersifat multidimensi karena bisa dipicu oleh isu lain seperti risiko kepatuhan, risiko hukum, risiko operasional, bahkan risiko strategis (Jawadi et al., 2016). Dalam konteks lembaga keuangan, terutama bank, teori risiko reputasi semakin berkembang menjadi bagian integral dari kerangka manajemen risiko karena reputasi sangat terkait dengan ekspektasi stabilitas, integritas, dan kredibilitas. Oleh karena itu, pendekatan teoritik terhadap risiko reputasi mengarah pada pemantauan terus-menerus terhadap persepsi publik dan penguatan sistem respon krisis berbasis transparansi dan akuntabilitas.

Dalam konteks perbankan, risiko reputasi menempati posisi yang unik karena sifat bisnis perbankan sangat tergantung pada kepercayaan. Bank, sebagai lembaga intermediasi, bergantung pada kesediaan nasabah untuk menyimpan dananya serta kepercayaan investor dalam menyediakan modal. Dalam bank syariah, beban reputasi bertambah karena adanya elemen moral dan religius dalam struktur bisnisnya. Sebuah pelanggaran terhadap prinsip syariah tidak hanya berdampak secara hukum dan ekonomi, tetapi juga dapat menyebabkan krisis reputasi yang merusak citra institusi secara menyeluruh. Oleh sebab itu, pengelolaan risiko reputasi di bank syariah tidak bisa dipisahkan dari mekanisme pengawasan syariah dan transparansi manajerial yang kuat (Malim, 2015); (Oftafiana et al., 2024).

Faktor Penyebab Risiko Reputasi

Berdasarkan berbagai studi literatur, risiko reputasi di bank syariah timbul akibat kombinasi faktor internal dan eksternal yang secara langsung maupun tidak langsung membentuk persepsi negatif publik terhadap lembaga. Risiko ini sangat sensitif dalam konteks perbankan syariah karena kepercayaan masyarakat bukan hanya didasarkan pada kinerja keuangan, tetapi juga pada integritas syariah dan komitmen etis bank.

Faktor pertama yang paling krusial adalah ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan dasar legitimasi sosial dan religius bank syariah di mata masyarakat Muslim. Ketika bank gagal mematuhi fatwa Dewan Syariah Nasional atau melakukan penyimpangan dalam akad seperti *Murabahah*, *Mudarabah*, atau *Ijarah*, maka integritas syariahnya langsung dipertanyakan. Ketidakpatuhan ini tidak hanya memicu kecaman dari otoritas ulama dan regulator, tetapi juga menimbulkan rasa kecewa dan pengkhianatan di kalangan nasabah. Dalam jangka panjang, hal ini bisa menyebabkan penarikan dana massal (*rush*) dan kehilangan pangsa pasar karena dianggap tidak layak dipercaya (Haron et al., 2015).

Faktor kedua berkaitan dengan masalah operasional. Kasus-kasus seperti penipuan internal, pemalsuan dokumen, sistem perbankan yang lemah, hingga kasus *letter of credit* (L/C) fiktif tidak hanya menunjukkan kelalaian manajerial, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran akan keamanan dana nasabah. Insiden ini sering kali menjadi headline media, yang mempercepat penyebaran persepsi negatif di tengah masyarakat. Apalagi dalam sistem keuangan berbasis kepercayaan seperti perbankan syariah, reputasi yang ternoda oleh isu kejahatan operasional sulit dipulihkan, terutama jika manajemen tidak memberikan respons cepat dan transparan (Nugraha, 2019).

Faktor ketiga adalah tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang lemah, termasuk minimnya transparansi dan lemahnya pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS). DPS seharusnya berperan aktif dalam memastikan bahwa seluruh kebijakan bank telah memenuhi kaidah syariah. Namun, jika DPS bersifat pasif atau tidak memiliki otoritas yang kuat, maka risiko penyimpangan syariah dan manajerial semakin besar. Selain itu, transparansi yang rendah dalam pelaporan keuangan dan kebijakan operasional dapat menimbulkan kecurigaan, baik dari regulator, investor, maupun masyarakat umum (Azrak et al., 2016).

Faktor keempat, Perkembangan teknologi di sektor perbankan belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh nasabah perbankan syariah di Indonesia. Saat ini, sebagian besar

layanan nasabah di bank syariah masih mengandalkan sistem konvensional, di mana nasabah perlu datang langsung ke kantor pusat atau cabang. Fasilitas yang disediakan pun cenderung tertinggal, masih sebatas pada layanan lama seperti ATM, computer banking, kartu debit, dan berbagai jenis pembayaran dan transfer elektronik lainnya. Konsep video banking misalnya, belum dikenal. Selain itu, proses penanganan keluhan nasabah juga masih memerlukan waktu yang cukup lama (Firmansyah & Widiati, 2016).

Faktor kelima, berkaitan dengan dampak media dan rumor. Di era digital dan media sosial, informasi negatif tentang bank dapat menyebar secara masif dalam hitungan jam. Tidak jarang, sebuah isu lokal dapat menjadi viral dan menggerus kepercayaan masyarakat luas. Bahkan, reputasi satu bank syariah yang tercoreng bisa merembet pada reputasi industri perbankan syariah secara keseluruhan karena masyarakat melihatnya sebagai satu entitas homogen. Efek domino ini membuktikan betapa rentannya reputasi bank terhadap pemberitaan dan opini publik (Nugraha, 2019).

Terakhir, komunikasi yang tidak efektif menjadi pemicu krisis reputasi yang lebih parah. Ketika manajemen gagal menyampaikan klarifikasi atau respons terhadap isu secara cepat dan jelas, ruang interpretasi publik akan diisi oleh spekulasi, ketakutan, bahkan hoaks. Ketidakjelasan komunikasi memperkuat asumsi bahwa bank sedang menyembunyikan sesuatu atau tidak kompeten dalam menghadapi krisis. Sebaliknya, komunikasi terbuka dan proaktif dapat memperkecil eskalasi isu dan meredam tekanan dari stakeholder (Widayanti, 2023)

Dengan demikian, pengelolaan risiko reputasi di bank syariah harus dimulai dari pencegahan terhadap penyebab-penyebab mendasarnya. Integrasi antara kepatuhan syariah, tata kelola yang baik, sistem pengawasan internal yang kuat, serta strategi komunikasi yang efektif menjadi prasyarat untuk menjaga citra dan kelangsungan hidup lembaga perbankan syariah.

Dampak Risiko Reputasi terhadap Bank Syariah

Risiko reputasi memberikan dampak yang signifikan dan luas bagi bank syariah, baik dari aspek finansial maupun non-finansial. Dampak paling nyata dan langsung terasa adalah menurunnya kepercayaan dari nasabah, mitra bisnis, investor, dan regulator. Kepercayaan merupakan aset yang sangat vital dalam industri perbankan syariah karena sistemnya didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, transparansi, dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Ketika terjadi penurunan reputasi akibat pelanggaran prinsip syariah, kegagalan operasional, atau pemberitaan negatif, bank syariah akan menghadapi kesulitan dalam menarik dana pihak ketiga, memperluas jaringan kerja sama, dan mengakses sumber pembiayaan dari investor maupun pasar keuangan global (Falikhutun & Mutiarafah, 2021).

Dari sisi finansial, reputasi yang buruk dapat memicu *withdrawal risk* yaitu penarikan dana secara besar-besaran oleh nasabah karena menurunnya kepercayaan terhadap integritas bank. Hal ini akan berdampak langsung terhadap likuiditas bank dan dapat memicu krisis keuangan internal. Bahkan, menurut studi oleh (Butt et al., 2022), risiko reputasi memiliki hubungan erat dengan risiko finansial lainnya seperti risiko

pembiayaan dan risiko pasar, serta dapat menurunkan kinerja bank secara keseluruhan bila tidak ditangani secara komprehensif.

Sementara itu, dari sisi non-finansial, risiko reputasi dapat menyebabkan kerugian jangka panjang berupa hilangnya nama baik (*brand damage*), penurunan loyalitas nasabah, dan rusaknya hubungan dengan komunitas Muslim yang selama ini menjadi basis utama pengguna jasa bank syariah. Hal ini semakin diperparah ketika reputasi yang rusak memicu boikot sosial atau penolakan moral dari komunitas terhadap lembaga keuangan yang dianggap melanggar prinsip agama. Dalam studi oleh (Kamili et al., 2019), risiko reputasi dalam bank syariah disebut dapat menurunkan citra institusi secara keseluruhan bahkan jika hanya satu cabang atau unit yang terlibat masalah, karena masyarakat melihat bank syariah sebagai entitas yang terintegrasi secara nilai.

Lebih jauh, reputasi yang tercemar juga dapat membatasi kemampuan bank untuk melakukan ekspansi dan inovasi. Dalam konteks yang kompetitif, bank dengan reputasi buruk akan kehilangan kesempatan untuk menjalin kolaborasi strategis, seperti pembiayaan proyek infrastruktur syariah atau kerja sama internasional dengan lembaga keuangan syariah lainnya. Studi oleh Oftafiana et al. (2024) menunjukkan bahwa reputasi yang terganggu dapat berdampak langsung pada penurunan performa saham bank syariah di pasar modal, seperti yang terjadi pada kasus Bank Syariah Indonesia setelah isu reputasi muncul di publik.

Secara keseluruhan, risiko reputasi tidak hanya menimbulkan kerugian langsung tetapi juga mengancam eksistensi jangka panjang dari bank syariah, terutama karena posisi mereka sangat bergantung pada kepercayaan publik dan persepsi terhadap nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, mitigasi risiko reputasi harus dipandang sebagai prioritas strategis yang setara dengan pengelolaan risiko keuangan lainnya.

Strategi Pengelolaan Risiko Reputasi

Pengelolaan risiko reputasi di bank syariah memerlukan pendekatan yang komprehensif, proaktif, dan berkelanjutan. Mengingat reputasi adalah aset tak berwujud yang sangat sensitif terhadap persepsi publik, strategi mitigasi risiko reputasi harus melibatkan semua lini organisasi dan terintegrasi dalam kebijakan manajemen risiko secara menyeluruh.

Pertama, menjaga kepatuhan terhadap prinsip syariah secara ketat melalui peran aktif Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada di bawah otoritas Dewan Syariah Nasional (DSN), audit syariah internal, dan pelatihan rutin bagi seluruh staf. Hal ini memastikan bahwa setiap produk dan aktivitas operasional tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Hanić & Hanić, 2016). DPS tidak hanya bertanggung jawab dalam mengesahkan produk, tetapi juga harus secara aktif terlibat dalam proses audit, evaluasi kepatuhan, serta menjamin bahwa seluruh aktivitas operasional bank sesuai dengan prinsip syariah. Peran ini menjadi kunci untuk menjaga kredibilitas dan integritas lembaga di mata publik dan komunitas Muslim (Hamida et al., 2024). Di Indonesia, Kewajiban ini menambah kompleksitas dalam manajemen risiko reputasi karena Islamic Financial Institutions/IFI tidak hanya harus mematuhi regulasi keuangan modern, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip hukum Islam ke dalam operasionalnya (Ihyak et al., 2023). Oleh karena itu, pengelolaan reputasi di IFI memerlukan pendekatan yang

holistik, yang mencakup kepatuhan hukum, nilai-nilai etis, dan ekspektasi pemangku kepentingan syariah.

Kedua, meningkatkan tata kelola perusahaan (*good corporate governance*) dan transparansi informasi. Bank syariah harus mengadopsi standar internasional dalam pengungkapan informasi, manajemen risiko, serta pelaporan keuangan untuk memperkuat kepercayaan stakeholder (Azrak et al., 2016). penting pula untuk meningkatkan transparansi dan pelaporan sosial syariah (*Shariah Social Reporting/SSR*). SSR tidak hanya mencakup laporan keuangan dan kepatuhan hukum, tetapi juga mencerminkan kontribusi sosial bank berdasarkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, kesejahteraan umat, dan tanggung jawab lingkungan. Pengungkapan semacam ini telah terbukti memperkuat reputasi bank syariah di mata publik karena menunjukkan akuntabilitas moral dan sosial yang tinggi (Ichsan et al., 2025).

Ketiga, membangun sistem manajemen risiko operasional yang kuat untuk mengurangi kemungkinan terjadinya insiden yang dapat mencoreng nama baik bank. Ini termasuk pengendalian internal terhadap penipuan, sistem IT yang andal, serta manajemen kredit yang hati-hati (Schoon, 2016). Salah satunya yaitu penerapan manajemen krisis dan sistem respons cepat (*Crisis Response Management System/CRMS*). Dalam era digital, penyebaran disinformasi atau rumor dapat terjadi sangat cepat dan luas. Oleh karena itu, bank syariah perlu memiliki sistem komunikasi krisis yang tanggap, baik secara media konvensional maupun kanal digital. Hal ini termasuk pelatihan rutin tim komunikasi, penyusunan protokol klarifikasi publik, dan pemanfaatan media sosial untuk menjaga narasi yang akurat tentang institusi (Mafhar et al., 2025).

Keempat, Sumber daya manusia (SDM) sangat vital dalam menjaga reputasi sektor perbankan. Bank perlu memastikan stafnya terampil dan berpengetahuan luas agar dapat bekerja dengan baik serta mematuhi standar industri dan regulasi. Staf yang kompeten dan terlatih juga akan menjaga kualitas layanan dan citra positif bank di mata nasabah. Oleh karena itu, bank wajib merekrut dan melatih staf yang berintegritas dan beretika tinggi. Mereka harus memahami bagaimana perilaku pribadi dapat memengaruhi reputasi bank, yang bisa dicapai melalui pemahaman terhadap *code of conduct* perbankan serta pelatihan etika dan profesionalisme. Selain itu, sistem rekrutmen, pengembangan karier, dan manajemen kinerja juga harus mendukung pertumbuhan dan potensi staf, memotivasi mereka untuk selalu berkinerja tinggi (Budianto, 2023).

Kelima, mengembangkan strategi komunikasi krisis yang efektif. Bank perlu memiliki rencana komunikasi yang siap digunakan saat krisis terjadi, agar dapat mengontrol narasi publik dan meminimalkan kerusakan reputasi (Oftafiana et al., 2024). Salah satu strategi tersebut mencakup penyusunan *crisis communication protocol* yang komprehensif, pelatihan juru bicara yang terlatih secara syariah dan teknis, serta pemanfaatan media sosial dan kanal digital untuk membentuk narasi positif selama krisis berlangsung. Tujuan utamanya adalah untuk mengontrol arus informasi, menenangkan kekhawatiran masyarakat, serta memulihkan kepercayaan nasabah dan pemangku kepentingan dengan cepat (Utami et al., 2023). Dalam konteks perbankan

syariah, pendekatan komunikasi ini harus selaras dengan nilai-nilai Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), transparansi (*bayan*), dan tanggung jawab moral (*amanah*).

Secara keseluruhan, strategi pengelolaan risiko reputasi yang efektif memerlukan sinergi antara struktur kelembagaan, teknologi, komunikasi, dan nilai-nilai Islam. Ketika strategi-strategi ini diimplementasikan secara konsisten dan terukur, bank syariah tidak hanya mampu menghadapi krisis reputasi, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan yang dipercaya dan dihormati oleh masyarakat luas.

Kesimpulan dan Saran

Risiko reputasi merupakan salah satu risiko non-keuangan yang paling kritis dalam perbankan syariah karena berkaitan erat dengan aspek kepercayaan dan integritas syariah. Kajian literatur menunjukkan bahwa risiko ini tidak hanya berasal dari faktor internal seperti ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah, kelemahan tata kelola, dan kegagalan operasional, tetapi juga dari faktor eksternal seperti pemberitaan negatif di media dan komunikasi publik yang tidak efektif. Implikasinya sangat luas, mulai dari menurunnya kepercayaan nasabah, gangguan stabilitas keuangan, hingga ancaman terhadap keberlangsungan institusi.

Dampak reputasi yang buruk pada bank syariah tidak hanya memengaruhi performa finansial dalam jangka pendek, tetapi juga mencoreng citra industri keuangan syariah secara keseluruhan. Oleh karena itu, risiko reputasi harus dipandang sebagai risiko strategis yang memerlukan penanganan lintas fungsi, melibatkan seluruh aspek manajemen, tidak hanya unit kepatuhan atau hubungan masyarakat. Kepatuhan terhadap prinsip syariah yang konsisten, tata kelola yang transparan, sistem pengendalian internal yang efektif, dan strategi komunikasi krisis yang siap dijalankan menjadi elemen kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan reputasi bank syariah.

Sebagai tindak lanjut, penguatan manajemen risiko reputasi pada bank syariah dapat dilakukan melalui penguatan peran dan audit syariah oleh DPS, integrasi pengelolaan reputasi ke dalam strategi korporat, serta peningkatan literasi syariah bagi seluruh karyawan. Bank juga perlu membentuk tim komunikasi krisis yang profesional, memanfaatkan teknologi pemantauan digital untuk deteksi isu dini, dan melakukan riset serta evaluasi berkala guna memastikan efektivitas strategi yang diterapkan sesuai dengan karakteristik bank syariah.

Daftar Pustaka

- Azrak, T., Saiti, B., & Ali, E. R. A. E. (2016). An analysis of reputational risks in Islamic banks in Malaysia with a proposed conceptual framework. *Al-Shajarah: Journal of the International Institute of Islamic Thought and Civilisation (ISTAC)*, 21(3).
- Budianto, E. W. H. (2023). Pemetaan Penelitian Risiko Operasional Pada Industri Keuangan Syariah Dan Konvensional: Studi Bibliometrik Vosviewer Dan Literature Review. *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan)*, 8(1), 93–113. <http://repository.uin-malang.ac.id/15319/>
- Butt, M. A., Ayub, H., Latif, B., Asif, F., Shabbir, M. S., & Raja, A. A. (2022). Financial risks

- and performance of conventional and Islamic banks: do reputational risk matters? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 581–595.
- Falikhatur, F., & Mutiarafah, M. (2021). The Impact Of Risk And Reputation On Financial Performance In Islamic Banking: Evidence From Indonesia. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v5i2.7033>
- Firmansyah, F., & Widiati, P. K. (2016). Maksimalisasi Nilai Perbankan Syariah Melalui Teknologi Pelayanan Nasabah Terkini. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(2), 274–281. <http://repository.uin-malang.ac.id/1101/>
- Hamida, A., Mursyid, M., Erwin, E., Maharani, I., Ramadhani, A., & Sulkifra, S. (2024). The Mediating Role of Reputation on Trust, Governance and Sharia Bank Performance. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 16(2), 141–159.
- Hanić, H., & Hanić, A. (2016). Risk management in islamic banking. *Ecologica: Nauka, Privreda, Iskustva*, 197–212.
- Haron, M. S., Ramli, R., Injas, M. M. Y., & Injas, R. A. (2015). Reputation risk and its impact on the Islamic banks: Case of the Murabaha. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 854–859.
- Ichsan, A. N., Nurnasrina, N., Salam, N. F. B., & Huda, N. (2025). Pendekatan dalam Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah pada Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Sharia Kompetitif*, 1(1), 11–20.
- Ihyak, M., Segaf, S., & Suprayitno, E. (2023). Risk management in Islamic financial institutions (literature review). *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1560–1567. <http://repository.uin-malang.ac.id/16775/>
- Jawadi, F., Cheffou, A. I., Jawadi, N., & Louhichi, W. (2016). On the reputation of Islamic banks: a panel data qualitative econometrics analysis. *Open Economies Review*, 27, 987–998.
- Kamili, W., Elhachloufi, M., & Elmarzouki, A. (2019). The Risk of Notoriety in Islamic Banks. *Global Journal of Economics and Business–Vol*, 7(2), 227.
- Mafhar, M. A. R., Maesaroh, I., & Alindra, B. M. (2025). Dinamika Manajemen Organisasi Wallet Dhuafa Jawa Timur: Studi Kasus Manajemen Program Kemanusiaan.
- Malim, N. A. K. (2015). Islamic banking and risk management: Issues and challenges. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 32(4), 64–70.
- Nugraha, D. E. (2019). Manajemen Risiko Reputasi Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 3(2), 100–107.
- Oftafiana, T., Subagyo, R., & Asiyah, B. N. (2024). Reputational Risk Management Strategies for Islamic Banking: Comparison of Bank Victoria Syariah and Bank Syariah Indonesia. *International Journal of Islamic Economics*, 6(02), 105–118.
- Schoon, N. (2016). *Modern Islamic banking: products and processes in practice*. John Wiley & Sons.
- Utami, N., Subagyo, R., & Asiyah, B. N. (2023). Reputational Risk Management Strategy at Indonesian Sharia Bank and Muamalat Indonesian Bank. *Balance: Journal of Islamic Accounting*, 4(1), 19–39.
- Widayanti, I. (2023). Does Service Innovation, Reputation Risk, and Word of Mouth Impact Customer Behavior in Choosing Islamic Banking? An Empirical Evidence in Indonesia. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 3(2), 189–202. <https://doi.org/10.21154/invest.v3i2.7092>