

# Peran kritis pengelolaan risiko reputasi dalam keberlanjutan bisnis

**Maulidya Annisa**

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: maulidyaannisa557@gmail.com

**Kata Kunci:**

Manajemen Risiko, Risiko Reputasi, Ancaman, Bank Syariah, bisnis

**Keywords:**

Risk Management,  
Reputational Risk, Threat,  
Islamic Bank, business

## ABSTRAK

Reputasi perusahaan memiliki peran strategis yang krusial dalam menjamin keberlanjutan jangka panjang. Dengan pendekatan menyeluruh, diketahui bahwa risiko reputasi berdampak pada pandangan para pemangku kepentingan, hasil keuangan, kemudahan memperoleh pendanaan, serta daya tarik perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan sumber daya manusia unggulan. Tujuan penulisan artikel ini untuk menyoroti pentingnya pengelolaan risiko reputasi dalam mendukung keberlanjutan bisnis. Di tengah era digital dan keterbukaan informasi, reputasi menjadi aset krusial yang rentan terhadap ancaman eksternal. Penelitian pada artikel ini dilakukan dengan menggunakan penelitian studi pustaka melalui kajian teori dan sumber referensi lain yang berkaitan. Berdasarkan artikel yang telah dibuat oleh penulis, penulis menemukan penyebab dan strategi yang dilakukan untuk mengelola risiko reputasi yang terintegrasi agar perusahaan mampu menjaga kepercayaan publik dan mempertahankan kelangsungan usahanya.

## ABSTRACT

Corporate reputation plays a crucial strategic role in ensuring long-term sustainability. With a holistic approach, it is known that reputational risk impacts stakeholders' views, financial results, ease of obtaining funding, and the attractiveness of the company in recruiting and retaining top human resources. The purpose of this article is to highlight the importance of reputation risk management in supporting business sustainability. In the midst of the digital era and information disclosure, reputation is a crucial asset that is vulnerable to external threats. The research in this article was conducted using literature study research through theoretical studies and other related reference sources. Based on the article that has been made by the author, the author finds the causes and strategies that are carried out to manage integrated reputation risk so that the company is able to maintain public trust and maintain its business continuity.

## Pendahuluan

Bank Syariah merupakan bagian dari sektor keuangan yang sangat mengandalkan kepercayaan nasabah tanpa adanya kepercayaan tersebut, operasional bank tidak dapat berjalan. Untuk memperluas operasinya secara global, sistem perbankan memerlukan strategi yang efektif, khususnya dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, manajemen diharapkan mampu menetapkan langkah-langkah yang tepat guna mendukung keberlanjutan profitabilitas dan meningkatkan nilai bank umum syariah (Anggreini & Kartika Oktaviana, 2022). Sebagai lembaga yang bertugas mengelola aset milik nasabah, bank juga harus siap menerima dan menghadapi berbagai risiko. Saat ini, tantangan utama yang dihadapi banyak bank syariah adalah pengelolaan risiko terkait produk dan layanan keuangan yang mereka tawarkan. Salah satu isu krusial adalah



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.

bagaimana kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah memengaruhi sistem manajemen risiko. Produk-produk tersebut telah menjadi alternatif yang efektif bagi sistem keuangan konvensional karena manfaatnya bagi pengguna serta tingkat inovasinya yang tinggi. Oleh karena itu, perbankan syariah kini perlu diakui sebagai komponen penting dalam sistem keuangan global (Grira & Labidi, 2021). Lembaga keuangan telah merancang beragam strategi guna meminimalkan risiko dan meningkatkan kinerja secara menyeluruh. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah manajemen risiko. Sama seperti bank konvensional, bank syariah juga dihadapkan pada berbagai jenis risiko yang cukup signifikan (Alhammadi et al., 2020).

Risiko umumnya dipahami sebagai suatu bentuk ketidakpastian yang secara terus-menerus dihadapi oleh organisasi dan perusahaan, baik di sektor jasa maupun manufaktur. Ketidakpastian tersebut dapat bersumber dari faktor internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko menjadi hal yang krusial agar para pemimpin dapat mengenali dan memahami risiko yang ada. Dengan demikian, manajemen perlu memiliki kompetensi dan kesadaran yang memadai untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat mendukung percepatan pencapaian tujuan bersama (Melinda & Segaf, 2023). Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang tidak tepat atau sensitif berpotensi merusak reputasi bank yang pada akhirnya dapat memicu krisis keuangan berskala global. Karena aktivitas perbankan selalu terkait dengan tingkat risiko yang tinggi seperti dalam hal pendanaan, pemberian pinjaman, dan operasional pembiayaan, maka setiap bank termasuk bank syariah dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengenali serta mengurangi potensi risiko yang mungkin timbul (Afrizal et al., 2022). Dalam dunia perbankan, risiko merupakan peristiwa yang berpotensi terjadi, baik dapat diprediksi maupun tidak. Setiap risiko yang tersebar bisa berdampak pada pendapatan serta tingkat permodalan bank. Walaupun risiko tidak bisa sepenuhnya dihindari hal tersebut tetap dapat dikelola dan dikendalikan. Seperti halnya lembaga keuangan lainnya, Bank Syariah juga membutuhkan serangkaian prosedur dan metode untuk mengenali, mengukur, memantau, serta mengendalikan risiko yang muncul dari aktivitas bisnisnya. Proses ini dikenal dengan istilah manajemen risiko (Karim, 2016).

Reputasi dapat dipandang sebagai jenis risiko yang berdiri sendiri maupun sebagai dampak dari risiko lain, seperti risiko kredit, pasar, likuiditas, operasional, hukum, atau strategis, atau kombinasi dari semuanya. Risiko reputasi berkaitan dengan kegiatan operasional yang menimbulkan konsekuensi etis dan sosial (emosional) yang lebih signifikan dibandingkan dengan dampak ekonominya. Meskipun berbagai jenis risiko yang berhubungan dengan bisnis dan prosedurnya dapat memengaruhi reputasi, risiko reputasi pada umumnya mencakup baik potensi kerugian maupun peluang (Nugraha, 2019). Kinerja bisnis dapat terdampak secara signifikan apabila risiko reputasi tidak ditangani secara tepat dan efisien. Jika reputasi suatu bank memburuk, nasabah cenderung beralih ke bank lain yang memiliki reputasi lebih baik. Oleh sebab itu, ancaman terhadap reputasi baik yang bersifat nyata maupun persepsi berpotensi merusak reputasi yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Tidaklah berlebihan untuk menyatakan bahwa ancaman terhadap reputasi dapat memengaruhi kelangsungan hidup sebuah bank.

## Pembahasan

### Pengertian Risiko Reputasi

Risiko reputasi adalah ketika kepercayaan para pemangku kepentingan menurun akibat publisitas negatif, yang dapat menyebabkan kerugian nonfinansial yang besar bagi institusi perbankan. Sumber risiko reputasi dapat dibedakan menjadi dua kategori: langsung (di atas garis) dan tidak langsung (di bawah garis). Faktor-faktor seperti lemahnya tata kelola perusahaan, budaya organisasi, dan praktik bisnis juga dapat menjadi penyebab munculnya risiko reputasi. Beberapa atribut yang membentuk reputasi antara lain tanggung jawab sosial, daya tarik emosional, kinerja keuangan, produk dan layanan, visi serta kepemimpinan, dan kondisi lingkungan kerja (Ikatan Bankir Indonesia, n.d.). Dalam pengelolaan reputasi, terdapat suatu paradoks yakni reputasi semakin sulit untuk dikendalikan dengan baik sementara kehilangannya justru bisa terjadi dengan sangat cepat. Banyak yang berpendapat bahwa membangun reputasi yang baik memerlukan waktu bertahun-tahun namun hanya butuh sekejap untuk merusaknya. Menjaga citra pribadi bukanlah hal yang sederhana apalagi mempertahankan citra sebuah perusahaan (Fauziah, 2019).

Reputasi dalam industri perbankan memegang peranan krusial dalam menjaga stabilitas dan keberlangsungan operasionalnya. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan bahwa bank senantiasa memiliki citra positif di mata publik, nasabah, otoritas pengawas, serta pelaku pasar keuangan. Reputasi yang baik akan menjaga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank, yang menjadi fondasi utama dalam menjalankan usaha di sektor jasa keuangan. Jika terjadi kerusakan reputasi, seperti keterlibatan dalam skandal, pelanggaran etika, atau kesalahan operasional yang menjadi sorotan publik, hal ini dapat memicu penarikan dana oleh nasabah, penurunan harga saham, serta kehilangan berbagai peluang bisnis. Oleh karena itu, menjaga dan mengelola reputasi dengan baik menjadi tujuan utama dari manajemen risiko reputasi. Agar kepercayaan nasabah, investor, mitra usaha, dan regulator tetap terjaga, bank perlu memelihara integritas serta reputasinya dengan baik. Kepercayaan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan hubungan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, bank harus senantiasa memastikan bahwa seluruh kegiatan operasionalnya dijalankan secara etis dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat. Upaya menjaga reputasi ini dilakukan melalui kepatuhan terhadap peraturan hukum, penerapan prinsip transparansi, serta tanggung jawab sosial yang konsisten.

Menjaga kredibilitas bank melalui manajemen risiko reputasi merupakan hal yang sangat penting, karena secara langsung memengaruhi harga saham serta nilai perusahaan di pasar. Bank yang memiliki reputasi positif cenderung lebih diminati oleh para investor dan memiliki posisi yang lebih kuat dalam persaingan di pasar modal. Lembaga keuangan dengan reputasi baik juga umumnya memiliki keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitor yang memiliki rekam jejak reputasi yang kurang baik. Keunggulan ini mencakup kemudahan dalam memperoleh sumber

pendanaan, kemampuan menarik talenta berkualitas, serta membangun kerja sama strategis dengan mitra bisnis di berbagai belahan dunia.

### **Indikator Risiko Reputasi**

Kegiatan usaha bank syariah senantiasa dihadapkan pada risiko-risiko yang berkaitan erat dengan fungsinya sebagai Lembaga intermediasi keuangan. Perkembangan lingkungan eksternal dan internal perbankan syariah yang semakin pesat mengakibatkan risiko kegiatan usaha perbankan syariah semakin kompleks (Rustam, 2013). Adapun indikator penyebab risiko reputasi pada bank syariah yakni :

#### ***Transparansi Informasi Keuangan dan Kerjasama dengan Pemangku Kepentingan***

Kurangnya transparansi dapat menyebabkan kerugian karena informasi yang disampaikan kepada publik tidak cukup andal dan tepat waktu, sehingga menghambat kemampuan pengguna informasi untuk menilai secara akurat kondisi dan kinerja keuangan bank, aktivitas usaha, profil risiko, serta praktik manajemen risikonya. Minimnya transparansi dapat mengakibatkan pengambilan keputusan yang keliru karena didasarkan pada informasi yang tidak lengkap atau tidak akurat. Ketidaktransparanan ini bersumber dari dua hal utama yakni belum adanya standar baku dalam pelaporan perjanjian keuangan syariah dan ketidakterpaduan standar pelaporan antarbank.

#### ***Kredibilitas dari Pemilik dan Perusahaan yang Berkaitan, Serta Peristiwa yang Mempengaruhi Reputasi***

Reputasi pemilik atau pemegang saham suatu lembaga keuangan, terutama bank, merupakan faktor krusial yang dapat memengaruhi tingkat risiko reputasi lembaga tersebut. Pandangan publik terhadap kredibilitas bank secara keseluruhan sangat dipengaruhi oleh identitas, latar belakang, rekam jejak, serta integritas moral para pemiliknya. Meskipun sebuah bank dikelola secara profesional, keterlibatan pemiliknya dalam praktik bisnis yang tidak etis di masa lalu dapat menimbulkan keraguan masyarakat terhadap integritas lembaga tersebut. Proses membangun dan menjaga reputasi bank sangat bergantung pada kredibilitas yang dimilikinya. Keberhasilan bank ditentukan oleh kemampuannya dalam menepati komitmen kepada nasabah dan mitra bisnis, serta konsistensi dalam memberikan layanan berkualitas. Bank dengan reputasi yang baik, yang mampu menjaga stabilitas, keamanan dana, dan transparansi dalam setiap transaksi, cenderung lebih dipercaya dan menjadi pilihan utama Masyarakat (Hamidu et al., 2015).

#### ***Materialitas Dan Frekuensi Pemberitaan, Jenis Media Dan Jangkauan Pemberitaan***

Menurut (Butt et al., 2022) dalam manajemen risiko reputasi, terdapat beberapa elemen utama yang harus diperhatikan, yaitu tingkat materialitas dan frekuensi pemberitaan, jenis media yang menyampaikan informasi, serta luasnya jangkauan berita tersebut. Ketiga aspek ini berperan besar dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu institusi perbankan dan dapat menentukan sejauh mana dampak reputasi yang ditimbulkan. Materialitas pemberitaan merujuk pada seberapa penting atau serius isu yang diangkat, baik dari sisi isi maupun pengaruhnya terhadap operasional bank. Isu-isu yang bersifat substansial, seperti dugaan pelanggaran hukum, kebocoran data nasabah,

atau kegagalan sistem, cenderung memiliki dampak reputasi yang lebih besar dibandingkan dengan isu teknis atau administratif. Semakin serius isu yang diberitakan, semakin tinggi risiko kerusakan reputasi yang mungkin dialami oleh lembaga tersebut.

Frekuensi pemberitaan menggambarkan seberapa sering suatu isu muncul di media dalam jangka waktu tertentu. Semakin sering sebuah isu diberitakan, semakin besar kemungkinannya membentuk opini publik yang negatif, terlepas dari seberapa akurat atau bermutu isi beritanya. Jika bank tidak memberikan respons yang memadai, tingginya frekuensi pemberitaan dapat memperburuk persepsi masyarakat. Jenis media juga memegang peranan penting. Pemberitaan di media arus utama, seperti televisi nasional, surat kabar ternama, atau portal berita digital yang kredibel, umumnya memiliki pengaruh dan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan media sosial atau media alternatif. Namun demikian, penyebaran isu yang menjadi viral di media sosial dapat berlangsung jauh lebih cepat dan luas, sehingga mampu membentuk opini publik dalam waktu singkat.

### **Jumlah Dan Tingkat Penggunaan Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Yang Kompleks**

Dalam perbankan syariah, tingkat kompleksitas produk dan layanan serta sifat hubungan kemitraan bisnis memainkan peran penting dalam pembentukan dan pengelolaan risiko reputasi. Salah satu aspek krusial yang perlu diperhatikan adalah jumlah serta intensitas penggunaan produk oleh nasabah. Peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan produk syariah yang lebih kompleks seperti ijarah, murabahah, musyarakah, atau mudharabah, menuntut pemahaman yang lebih mendalam dari para pengguna. Ketidakpuasan, keluhan, atau tuduhan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar produk tersebut dapat berpotensi merusak reputasi bank.

Selain itu, ukuran dan tingkat materialitas kerja sama antara bank syariah dengan mitra bisnisnya seperti perusahaan fintech, lembaga keuangan lainnya, atau institusi penyulur produk keuangan juga memiliki peran penting dalam manajemen risiko reputasi. Kerja sama yang bernilai besar, bersifat jangka panjang, atau melibatkan eksposur tinggi terhadap nasabah harus dikelola dengan sangat hati-hati. Risiko reputasi dapat muncul akibat penyimpangan, pelanggaran, atau keluhan dari nasabah, terutama jika mitra bisnis tidak mematuhi prinsip-prinsip syariah, etika bisnis, atau standar layanan yang telah ditetapkan oleh bank. Meskipun kesalahan tersebut berasal dari pihak mitra dampak negatifnya tetap dapat mencoreng reputasi bank sebagai pihak yang dianggap bertanggung jawab(Heidinger & Gatzert, 2018).

### **Pengukuran Keluhan Kualitas Pelayanan Nasabah**

Selama periode penilaian, salah satu indikator utama untuk menilai mutu layanan yang disediakan oleh bank adalah tingkat pengaduan dari nasabah. Penilaian ini mencakup jumlah pengaduan yang diterima, jenis permasalahan yang diadukan, serta durasi dan upaya yang dilakukan dalam penyelesaiannya. Namun, penting untuk dipahami bahwa meningkatnya jumlah pengaduan tidak selalu berarti bahwa kualitas layanan bank mengalami penurunan. Kenaikan jumlah pengaduan bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang perlu dianalisis lebih lanjut secara mendalam. Peningkatan jumlah

nasabah yang signifikan menjadi salah satu faktor yang dapat menyebabkan naiknya jumlah pengaduan.

Seiring dengan pertumbuhan perusahaan dan bertambahnya nasabah, interaksi antara bank dan nasabah juga meningkat, yang secara statistik dapat memicu peningkatan pengaduan. Bank perlu membedakan antara kenaikan jumlah pengaduan secara absolut dengan rasio pengaduan dibandingkan total nasabah atau jumlah transaksi. Selain itu, peningkatan pengaduan bisa menandakan bahwa nasabah semakin sadar akan hak-haknya sebagai pengguna jasa keuangan. Nasabah yang lebih teredukasi cenderung lebih aktif menyampaikan ketidakpuasan mereka melalui saluran formal seperti formulir pengaduan dan call center, maupun saluran informal seperti media sosial. Oleh karena itu, kenaikan jumlah pengaduan juga bisa menjadi indikator bahwa bank telah berhasil membangun komunikasi yang jelas dan responsif dengan para nasabah (Becchetti & Manfredonia, 2022).

### **Strategi Pengelolaan Manajemen Risiko Reputasi**

Akibat risiko reputasi bersifat dinamis dan sulit diperkirakan, penerapan strategi manajemen risiko reputasi menjadi sangat krusial. Jika tidak ditangani dengan strategi yang terencana dan terorganisir dampak negatif dari risiko reputasi dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan nasabah, penurunan harga saham, hingga kerugian finansial yang besar. Pada penelitian yang telah dilakukan (Budianto, 2023) mengatakan terdapat 6 strategi yang dapat dilakukan yakni :

#### **Memantau dan Mengevaluasi**

Bank syariah memiliki kewajiban untuk menerapkan manajemen risiko di bawah pengawasan aktif dari dewan komisaris, direksi, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dewan komisaris memiliki tanggung jawab untuk mengawasi proses penyediaan dana, termasuk melakukan peninjauan terhadap pemberian dana dalam jumlah besar atau yang ditujukan kepada pihak tertentu. Di sisi lain, direksi harus memastikan bahwa penerapan manajemen risiko dilakukan secara optimal dalam kegiatan penyediaan dana, serta turut mengawasi pelaksanaan tugas Dewan Pengawas Syariah (Syadali et al., 2023). Adapun DPS memiliki wewenang untuk mengevaluasi kebijakan manajemen risiko, terutama yang menyangkut risiko kredit dan keterkaitannya dengan pemenuhan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, DPS juga bertugas menilai tanggung jawab direksi guna menjamin bahwa kebijakan manajemen risiko telah dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, pemantauan dan evaluasi sumber daya insani untuk risiko reputasi perlu diperhatikan untuk memastikan kepuasan nasabah terpenuhi (Ihyak et al., 2023).

#### **Kebijakan dan Prosedur**

Dalam upaya mengurangi risiko reputasi, bank syariah perlu menerapkan berbagai kebijakan, prosedur, dan batasan tertentu. Penentuan tingkat risiko yang bersedia diambil serta batas toleransi terhadap risiko reputasi dilakukan dengan cara yang sama seperti penetapan risiko dan toleransi risiko secara umum, karena keduanya mencerminkan ruang lingkup penerapan yang serupa. Dalam mengelola risiko reputasi, bank syariah perlu memiliki kebijakan dan prosedur tertulis yang menjunjung tinggi

prinsip transparansi serta berfokus pada peningkatan layanan bagi nasabah dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, kebijakan dan prosedur tersebut harus selaras dengan ketentuan hukum dan regulasi yang berlaku guna menjamin perlindungan konsumen. Bank syariah perlu memiliki dan melaksanakan kebijakan komunikasi yang efektif guna menangani berita atau publikasi negatif serta mencegah penyebaran informasi yang berpotensi merugikan. Hal ini mencakup strategi yang efisien dalam merespons pemberitaan negatif di media. Selain itu, limit terkait risiko reputasi tidak selalu dapat dinilai secara finansial. Contoh limit tersebut antara lain adalah durasi antrian untuk memperoleh layanan dan kecepatan dalam menanggapi keluhan nasabah.

### **Pelatihan dan Edukasi**

Setiap karyawan bank, khususnya yang berada di lini depan maupun di bagian manajemen risiko, perlu mengikuti program pelatihan dan pembinaan yang terstruktur serta berkelanjutan guna meningkatkan pemahaman dan kemampuan mereka dalam mengelola serta meminimalkan risiko reputasi. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman yang mendalam mengenai definisi risiko reputasi dan berbagai faktor pemicunya, seperti layanan pelanggan yang kurang memuaskan, ketidakpatuhan terhadap regulasi, maupun pelayanan yang tidak sesuai standar. Selain itu, program pelatihan perlu mencakup stimulasi penanganan krisis, teknik komunikasi yang efektif, serta penerapan prinsip kepatuhan dan etika dalam setiap aktivitas operasional. Pelatihan ini merupakan bagian dari strategi manajemen risiko reputasi yang bertujuan membentuk budaya kerja yang mengedepankan tata kelola perusahaan yang baik serta mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan.

### **Terbuka dan Transparan**

Bank perlu secara konsisten menjalankan prinsip transparansi dan keterbukaan dalam setiap pelaporan terkait tindakan maupun kebijakannya guna menjaga kepercayaan publik dan meminimalkan potensi risiko terhadap reputasi. Hal ini mencakup penyediaan informasi yang akurat, jelas, dan tepat waktu kepada seluruh pemangku kepentingan, seperti regulator, investor, dan nasabah. Informasi yang disampaikan harus mencakup kebijakan tata kelola perusahaan, upaya manajemen risiko, hasil audit baik internal maupun eksternal, serta cara bank menangani isu-isu yang dapat berdampak pada reputasinya. Untuk meningkatkan transparansi dan membangun kepercayaan jangka panjang, bank perlu menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses dan responsif, seperti laporan keberlanjutan, publikasi rutin, serta situs web resmi. Bank juga harus siap memberikan klarifikasi dan penjelasan kepada publik apabila muncul isu atau ketidakjelasan di ruang publik. Langkah ini penting untuk mencegah penyebaran rumor atau informasi yang keliru yang berpotensi merusak reputasi institusi. Transparansi yang diutamakan dalam Strategi Manajemen Risiko Reputasi mencerminkan komitmen bank terhadap integritas dan akuntabilitas dalam menjalankan usahanya.

### **Bekerja sama dengan Pihak Eksternal**

Bank perlu menjalin kemitraan dengan berbagai pihak eksternal yang memiliki peran strategis, seperti regulator, pemerintah, asosiasi industri, lembaga pengawas, dan konsumen, guna meningkatkan efektivitas Strategi Manajemen Risiko Reputasi.

Kolaborasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa bank senantiasa mematuhi standar regulasi yang berlaku, mengikuti perkembangan kebijakan terbaru, dan mengimplementasikan praktik terbaik dalam pengelolaan risiko reputasi. Bank dapat bekerja sama dengan lembaga pengatur dan pengawas seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, maupun lembaga keuangan internasional untuk memperoleh panduan, masukan, dan evaluasi rutin terkait kepatuhan regulasi serta integritas dalam operasionalnya.

Selain itu, bank juga dapat terlibat dalam penyusunan kebijakan publik yang mendukung stabilitas sistem keuangan dan perlindungan konsumen, serta memperkuat peran sosialnya melalui kerja sama dengan pemerintah. Di sisi lain, bank dapat memperoleh pemahaman yang lebih tepat mengenai harapan dan persepsi publik dengan melibatkan nasabah secara aktif melalui forum diskusi, survei kepuasan pelanggan, atau program literasi keuangan. Dengan mengetahui kebutuhan serta kekhawatiran nasabah, bank dapat mengambil langkah antisipatif untuk mencegah potensi masalah reputasi sejak awal. Melalui kolaborasi ini, bank dapat merancang sistem manajemen risiko reputasi yang lebih adaptif, menyeluruh, dan terpercaya, sehingga mampu memperkuat citra institusi di mata masyarakat serta menjamin keberlanjutan operasional dalam jangka panjang.

### ***Kesiapan dalam Menghadapi Krisis***

Bank harus memiliki kesiapan dan kemampuan respons darurat yang tinggi untuk menghadapi berbagai tuduhan, isu, atau peristiwa yang berpotensi merusak reputasinya. Kesiapan ini mencakup penerapan protokol penanganan krisis yang telah dirancang dengan matang dan mudah diakses. Protokol tersebut juga mencakup pembentukan tim manajemen krisis reputasi yang terdiri dari perwakilan berbagai unit terkait, seperti komunikasi, hukum, kepatuhan, manajemen risiko, dan operasional. Bank wajib mengambil langkah yang tepat dan terkoordinasi untuk merespons dengan cepat setiap informasi negatif yang beredar baik berupa fakta maupun rumor. Langkah ini meliputi pengumpulan data yang akurat, evaluasi risiko reputasi, pengambilan keputusan secara cepat namun cermat, serta penyampaian klarifikasi resmi kepada publik melalui media sosial, konferensi pers, dan situs web resmi.

Bank perlu menunjukkan itikad baik dalam memperbaiki situasi dengan memberikan permintaan maaf secara profesional serta melaksanakan perbaikan secara transparan dan bertanggung jawab jika terbukti terjadi kesalahan. Selain itu, dalam jangka panjang, bank harus melakukan evaluasi pascakrisis untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan sistem guna mencegah terulangnya kejadian serupa. Dengan menerapkan sistem respons krisis reputasi yang terstruktur dan disiplin, bank dapat mengurangi dampak negatif sekaligus memperkuat kepercayaan publik. Sistem ini juga mencerminkan komitmen bank terhadap prinsip integritas, transparansi, dan akuntabilitas.

### **Kesimpulan**

Di tengah era keterbukaan informasi saat ini, perbankan syariah menghadapi tantangan besar berupa risiko reputasi. Reputasi yang kuat bukan sekadar aset tak

kasatmata tetapi juga krusial dalam membangun kepercayaan dari nasabah, mitra bisnis, dan otoritas pengawas, serta dalam menjaga kelangsungan usaha. Risiko reputasi dapat muncul dari kurangnya transparansi informasi, integritas pemilik, pemberitaan negatif, rumitnya produk, hingga keluhan pelanggan. Oleh sebab itu, penerapan manajemen risiko reputasi secara menyeluruh menjadi sangat vital. Untuk mempertahankan citra baik dan meningkatkan daya saing, artikel ini menyoroti pentingnya strategi seperti pemantauan berkelanjutan, penerapan kebijakan yang tepat, penguatan edukasi internal, keterbukaan informasi, kerja sama dengan pihak eksternal, serta kesiapan dalam menghadapi krisis.

## Saran

**Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas,** Guna membangun dan mempertahankan kepercayaan para pemangku kepentingan, bank syariah perlu memperkuat sistem pelaporan yang transparan serta komunikasi publik yang terbuka dan tanggap.

**Penguatan Budaya Organisasi dan Etika Profesional,** Seluruh karyawan, khususnya yang berada di garis depan dan di bidang manajemen risiko, harus secara rutin mengikuti pelatihan guna meningkatkan kesadaran akan pentingnya reputasi dalam keberlangsungan jangka panjang perusahaan.

**Kerja Sama Strategis dengan Regulator dan Mitra Eksternal,** Untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan merespons potensi risiko reputasi secara efektif, bank syariah perlu menjalin kolaborasi yang lebih intensif dengan lembaga pengawas dan mitra terkait.

**Optimalisasi Teknologi dan Pengelolaan Media Sosial,** Bank perlu memanfaatkan teknologi digital dalam memantau persepsi publik dan secara proaktif menangani informasi negatif yang beredar di media social

**Evaluasi dan Pembaruan Strategi Krisis Secara Berkala,** Protokol penanganan krisis reputasi harus ditinjau dan disimulasikan secara rutin agar selalu siap menghadapi situasi darurat yang tak terduga.

## Daftar Pustaka

- Afrizal, Siregar, S., & Sugianto. (2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 147–157. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.548>
- Alhammadi, S., Professor, E., Archer, S., & Asutay, M. (2020). *Risk Management and Corporate Governance Failure in Islamic Banks: A Case Study*.
- Anggreini, G. M., & Kartika Oktaviana, U. (2022). Faktor-Faktor Penentu Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2016-2020. <http://repository.uin-malang.ac.id/11713/7/11713.pdf>
- Becchetti, L., & Manfredonia, S. (2022). Media, reputational risk, and bank loan contracting. *Journal of Financial Stability*, 60, 100990. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfs.2022.100990>

- Budianto, E. W. H. (2023). PEMETAAN PENELITIAN RISIKO REPUTASI PADA PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENTSIONAL: STUDI BIBLIOMETRIK VOSVIEWER DAN LITERATURE REVIEW. <http://repository.uin-malang.ac.id/15319/1/15319.pdf>
- 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. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2020-0336>
- Fauziah, S. (2019). MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PERBANKAN SYARIAH (Vol. 3, Issue 1). <https://kp.unisbank.ac.id/mengenal-risiko-inheren-di->
- Grira, J., & Labidi, C. (2021). Banks, Funds, and risks in islamic finance: Literature & future research avenues. *Finance Research Letters*, 41, 101815. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101815>
- Hamidu, A. A., Haron, H. M., & Amran, A. (2015). Corporate social responsibility: A review on definitions, core characteristics and theoretical perspectives. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 83–95. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4p83>
- Heidinger, D., & Gatzert, N. (2018). Awareness, determinants and value of reputation risk management: Empirical evidence from the banking and insurance industry. *Journal of Banking & Finance*, 91, 106–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.04.004>
- Ihyak, M., Segaf, & Suprayitno, E. (2023). Enrichment: Journal of Management Risk management in Islamic financial institutions (literature review). In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2). <http://repository.uin-malang.ac.id/16775/1/16775.pdf>
- Ikatan Bankir Indoneisa. (n.d.). *Manajemen Kesehatan Bank Berbasis Risiko*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, A. A. (2016). *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan* (Kelima). PT. RajaGrafindo Persada.
- Melinda, E., & Segaf. (2023). Enrichment: Journal of Management Implementation of risk management in murabahah financing at BMT UGT Nusantara Pasuruan. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2). <http://repository.uin-malang.ac.id/16773/1/16773.pdf>
- Nugraha, D. E. (2019). MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PERBANKAN SYARIAH. In *Desember* (Vol. 3, Issue 2).
- Rustum, B. R. (2013). *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat.
- Syadali, R., Segaf, & Parmujianto. (2023). Enrichment: Journal of Management Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 2). <http://repository.uin-malang.ac.id/16771/1/16771.pdf>