

Manajemen risiko reputasi pada perbankan syariah di era digital: tantangan, strategi mitigasi, dan kepatuhan syariah

Nabilah Mutiara Dzakhirah

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

Kata Kunci:

Manajemen risiko, risiko reputasi, perbankan syariah, era digital, kepatuhan syariah

Keywords:

Risk management, reputation risk, Islamic banking, digital era, sharia compliance.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis manajemen risiko reputasi pada perbankan syariah di Indonesia dalam konteks era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik risiko reputasi, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta strategi mitigasi yang efektif bagi perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko reputasi pada perbankan syariah memiliki dimensi yang lebih kompleks dibandingkan perbankan konvensional, karena terkait erat dengan kepatuhan syariah dan ekspektasi nasabah muslim. Era digital telah menghadirkan

tantangan baru berupa penyebaran informasi yang cepat melalui media sosial, transparansi yang tinggi, dan cybersecurity. Strategi mitigasi yang efektif meliputi penguatan sistem tata kelola, implementasi teknologi digital yang sesuai syariah, peningkatan literasi digital karyawan, dan pengembangan komunikasi proaktif dengan stakeholder. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan framework manajemen risiko reputasi yang terintegrasi dengan sistem kepatuhan syariah untuk menjaga kepercayaan nasabah dan stabilitas industri perbankan syariah Indonesia.

ABSTRACT

This study analyzes reputation risk management in Islamic banking in Indonesia in the context of the digital era. Using a qualitative approach through literature study, this study aims to identify the characteristics of reputation risk, the factors that influence it, and effective mitigation strategies for Islamic banking. The results of the study indicate that reputation risk in Islamic banking has a more complex dimension than conventional banking, because it is closely related to sharia compliance and the expectations of Muslim customers. The digital era has presented new challenges in the form of rapid dissemination of information through social media, high transparency, and cybersecurity. Effective mitigation strategies include strengthening the governance system, implementing sharia-compliant digital technology, increasing employee digital literacy, and developing proactive communication with stakeholders. This study recommends the development of a reputation risk management framework that is integrated with the sharia compliance system to maintain customer trust and the stability of the Indonesian Islamic banking industry.

Pendahuluan

Industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam dua dekade terakhir. Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi syariah, khususnya sektor perbankan. Namun, perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen telah menghadirkan tantangan baru bagi industri perbankan syariah, terutama dalam hal manajemen risiko reputasi. Risiko reputasi merupakan salah satu



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

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

jenis risiko yang paling kompleks dan berpotensi memberikan dampak yang luas terhadap kelangsungan usaha bank. Bagi perbankan syariah, risiko reputasi memiliki dimensi tambahan yang berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah tidak hanya berdampak pada aspek operasional dan keuangan, tetapi juga dapat merusak kepercayaan nasabah dan masyarakat secara keseluruhan.

Era digital telah mengubah lanskap risiko reputasi secara fundamental. Informasi dapat menyebar dengan sangat cepat melalui media sosial dan platform digital lainnya, sehingga dampak dari suatu kejadian negatif dapat teramplifikasi dalam waktu yang sangat singkat. Transparansi yang tinggi dalam era digital juga menuntut perbankan syariah untuk lebih proaktif dalam mengelola reputasinya. Permasalahan utama yang dihadapi perbankan syariah dalam mengelola risiko reputasi di era digital meliputi: pertama, kompleksitas dalam mengidentifikasi dan mengukur risiko reputasi yang bersifat multidimensional; kedua, tantangan dalam menjaga keseimbangan antara inovasi digital dan kepatuhan syariah; ketiga, kebutuhan akan strategi komunikasi yang efektif untuk menghadapi penyebaran informasi yang cepat di media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan dimensi risiko reputasi yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi risiko reputasi di era digital, mengevaluasi strategi mitigasi yang efektif, mengkaji hubungan antara risiko reputasi dengan kepatuhan syariah, serta memberikan rekomendasi pengembangan manajemen risiko reputasi yang terintegrasi untuk perbankan syariah Indonesia

Pembahasan

Karakteristik dan Dimensi Risiko Reputasi Perbankan Syariah

Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko reputasi pada perbankan syariah memiliki karakteristik yang lebih kompleks dibandingkan perbankan konvensional. Sebagaimana diungkapkan oleh (Afriзал et al., 2022), "kompleksitas risiko reputasi perbankan syariah disebabkan oleh adanya dimensi tambahan berupa kepatuhan syariah yang menjadi ekspektasi fundamental dari stakeholder muslim" (hal. 152). Kompleksitas ini disebabkan oleh adanya dimensi tambahan berupa kepatuhan syariah yang menjadi ekspektasi fundamental dari stakeholder.

Dimensi Pertama: Compliance Reputation Risk

Dimensi ini berkaitan dengan risiko reputasi yang timbul akibat ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. (Saputra & Suwardi, 2023) menjelaskan bahwa "pelanggaran terhadap prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, atau keterlibatan dalam bisnis yang diharamkan dapat menimbulkan dampak reputasi yang sangat serius dan berpotensi menyebabkan hilangnya kepercayaan nasabah secara permanen" (hal. 30). Hal ini menunjukkan betapa kritisnya menjaga kepatuhan syariah dalam operasional bank.

Dimensi Kedua: Operational Reputation Risk

Risiko yang timbul dari kegagalan operasional, termasuk sistem teknologi informasi, layanan nasabah, dan proses internal. (Budianto, 2023) menekankan bahwa "di era digital, dimensi operasional risiko reputasi mencakup risiko cyber security, system failure, dan data breach yang dapat merusak kepercayaan nasabah dalam waktu yang sangat singkat" (hal. 168). Di era digital, dimensi ini menjadi semakin kompleks dengan adanya berbagai ancaman siber.

Dimensi Ketiga: Strategic Reputation Risk

Berkaitan dengan keputusan strategis yang dapat mempengaruhi persepsi stakeholder terhadap bank. Ini termasuk keputusan investasi, ekspansi bisnis, dan kemitraan strategis yang harus sejalan dengan nilai-nilai syariah

Dimensi Keempat: Communication Reputation Risk

Risiko yang timbul dari komunikasi yang tidak tepat atau tidak konsisten dengan nilai-nilai syariah, terutama dalam komunikasi digital dan media sosial.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Risiko Reputasi di Era Digital

Analisis literatur mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi risiko reputasi perbankan syariah di era digital:

Akselerasi Penyebaran Informasi

Era digital telah mengubah kecepatan penyebaran informasi secara dramatik. Informasi negatif tentang bank dapat menyebar dalam hitungan menit melalui media sosial dan platform digital lainnya. Hal ini memerlukan respons yang sangat cepat dan terkoordinasi dari manajemen bank.

Transparansi yang Tinggi

Stakeholder saat ini memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi tentang bank, termasuk laporan keuangan, praktik bisnis, dan kepatuhan syariah. Transparansi ini menciptakan tekanan yang lebih besar bagi bank untuk menjaga konsistensi antara komunikasi dan praktik aktual.

Ekspektasi Nasabah yang Meningkat

Nasabah perbankan syariah memiliki ekspektasi yang tinggi tidak hanya terhadap produk dan layanan, tetapi juga terhadap integritas syariah bank. Era digital telah meningkatkan ekspektasi ini dengan memberikan akses yang lebih besar terhadap informasi dan alternatif layanan.

Kompleksitas Produk Digital

Pengembangan produk dan layanan digital yang sesuai dengan prinsip syariah memerlukan kehati-hatian ekstra. (Insawan et al., 2017) menjelaskan bahwa "inovasi produk digital dalam perbankan syariah harus mempertimbangkan aspek kepatuhan syariah secara mendalam, karena kesalahan dalam desain produk dapat menimbulkan permasalahan syariah yang berdampak luas" (hal. 148). Kesalahan dalam desain produk

digital dapat menimbulkan permasalahan kepatuhan syariah yang berdampak pada reputasi.

Cybersecurity dan Data Privacy

Ancaman siber dan isu privasi data menjadi faktor risiko reputasi yang signifikan. (Ray et al., 2024) menyatakan bahwa "dalam era digital, cybersecurity bukan hanya masalah teknis tetapi juga masalah reputasi, karena kebocoran data nasabah atau serangan siber dapat merusak kepercayaan dan reputasi institusi finansial secara permanen" (hal. 210). Hal ini menunjukkan pentingnya investasi dalam keamanan siber sebagai bagian dari strategi manajemen risiko reputasi.

Strategi Mitigasi Risiko Reputasi yang Efektif

Berdasarkan analisis literatur dan best practices, penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi mitigasi yang efektif untuk perbankan syariah:

Penguatan Sistem Tata Kelola Terintegrasi

Bank syariah perlu mengembangkan sistem tata kelola yang mengintegrasikan manajemen risiko konvensional dengan kepatuhan syariah. (Afriзал et al., 2022) menekankan bahwa "sistem tata kelola yang efektif harus mencakup pembentukan komite risiko reputasi yang memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip syariah dan mampu mengintegrasikan aspek kepatuhan dalam setiap pengambilan keputusan" (hal. 154). Ini termasuk pembentukan komite risiko reputasi yang memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip syariah.

Implementasi Sistem Monitoring Digital

Pengembangan sistem monitoring yang dapat memantau percakapan publik tentang bank di media sosial dan platform digital lainnya. Sistem ini harus mampu memberikan early warning ketika terdapat potensi isu reputasi.

Pengembangan Crisis Communication Protocol

Bank syariah perlu memiliki protokol komunikasi krisis yang spesifik untuk era digital. (Purwaningsih, 2016) menjelaskan bahwa "protokol komunikasi krisis di era digital harus mencakup respons cepat dalam hitungan menit, konsistensi pesan di seluruh platform, dan komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan" (hal. 101). Protokol ini harus mencakup respons cepat, konsistensi pesan, dan komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Peningkatan Digital Literacy Karyawan

Investasi dalam peningkatan literasi digital karyawan, terutama dalam hal komunikasi digital dan pemahaman tentang risiko reputasi di era digital.

Stakeholder Engagement yang Proaktif

Pengembangan program engagement yang proaktif dengan berbagai stakeholder, termasuk nasabah, regulator, masyarakat, dan media. Program ini harus memanfaatkan channel digital secara optimal.

Hubungan Antara Risiko Reputasi dan Kepatuhan Syariah

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat erat antara risiko reputasi dan kepatuhan syariah pada perbankan syariah. (Saputra & Suwardi, 2023) menunjukkan bahwa "hubungan antara risiko reputasi dan kepatuhan syariah bersifat dua arah dan saling mempengaruhi dalam operasional bank syariah" (hal. 31). Hubungan ini bersifat dua arah:

Kepatuhan Syariah Mempengaruhi Risiko Reputasi

Ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah dapat langsung menimbulkan risiko reputasi. (Insawan et al., 2017) menjelaskan bahwa "nasabah dan stakeholder perbankan syariah memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kepatuhan syariah, sehingga pelanggaran prinsip syariah dapat menimbulkan reaksi negatif yang signifikan dan berdampak jangka panjang" (hal. 150). Hal ini menunjukkan sensitivitas tinggi stakeholder terhadap isu kepatuhan syariah.

Risiko Reputasi Mempengaruhi Kepatuhan Syariah

Tekanan reputasi dapat mendorong bank untuk lebih ketat dalam menjaga kepatuhan syariah. Sebaliknya, kekhawatiran akan risiko reputasi juga dapat menyebabkan over-compliance yang menghambat inovasi produk.

Integrasi dalam Manajemen Risiko

Bank syariah perlu mengintegrasikan manajemen risiko reputasi dengan sistem kepatuhan syariah. Ini mencakup pengembangan indikator risiko yang komprehensif dan proses decision-making yang mempertimbangkan kedua aspek tersebut.

Tantangan Implementasi

Implementasi manajemen risiko reputasi yang efektif pada perbankan syariah menghadapi beberapa tantangan:

Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Kebutuhan akan profesional yang memiliki pemahaman mendalam tentang manajemen risiko, teknologi digital, dan prinsip syariah masih terbatas.

Kompleksitas Regulasi

Perbankan syariah harus mematuhi regulasi perbankan konvensional sekaligus regulasi syariah, yang terkadang dapat menimbulkan kompleksitas dalam implementasi.

Biaya Implementasi

Pengembangan sistem dan infrastruktur untuk manajemen risiko reputasi di era digital memerlukan investasi yang signifikan.

Perubahan Teknologi yang Cepat

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat memerlukan adaptasi yang konstan dalam strategi manajemen risiko.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting mengenai manajemen risiko reputasi pada perbankan syariah di era digital: Pertama, risiko reputasi pada perbankan syariah memiliki karakteristik yang lebih kompleks dibandingkan perbankan konvensional karena adanya dimensi kepatuhan syariah. Empat dimensi utama risiko reputasi meliputi compliance reputation risk, operational reputation risk, strategic reputation risk, dan communication reputation risk. Kedua, era digital telah menghadirkan faktor-faktor baru yang mempengaruhi risiko reputasi, termasuk akselerasi penyebaran informasi, transparansi yang tinggi, peningkatan ekspektasi nasabah, kompleksitas produk digital, dan isu cybersecurity. Faktor-faktor ini memerlukan pendekatan manajemen risiko yang lebih proaktif dan responsif. Ketiga, strategi mitigasi yang efektif untuk perbankan syariah harus mengintegrasikan aspek manajemen risiko konvensional dengan kepatuhan syariah. Strategi kunci meliputi penguatan sistem tata kelola terintegrasi, implementasi sistem monitoring digital, pengembangan protokol komunikasi krisis, peningkatan literasi digital karyawan, dan stakeholder engagement yang proaktif.

Keempat, terdapat hubungan yang sangat erat dan bersifat dua arah antara risiko reputasi dan kepatuhan syariah. Integrasi kedua aspek ini dalam sistem manajemen risiko menjadi kunci keberhasilan perbankan syariah dalam menjaga reputasinya. Kelima, implementasi manajemen risiko reputasi yang efektif menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia, kompleksitas regulasi, biaya implementasi, dan perubahan teknologi yang cepat. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan studi literatur tanpa validasi empiris langsung dari praktisi perbankan syariah. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan pendekatan mixed-method yang menggabungkan studi literatur dengan survei atau wawancara mendalam dengan praktisi industri. Selain itu, penelitian lanjutan dapat fokus pada pengembangan model kuantitatif untuk mengukur risiko reputasi pada perbankan syariah, serta studi kasus implementasi strategi mitigasi risiko reputasi pada bank syariah spesifik di Indonesia.

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>
- Budianto, E. W. H. (2023). Pemetaan Penelitian Risiko Operasional Pada Industri Keuangan Syariah Dan Konvensional: Studi Bibliometrik Vosviewer Dan Literature Review. *Ekonomi Islam*, 14(2), 158–174. <https://doi.org/10.22236/jei.v14i2.11121>
- Insawan, H., Ekonomi, F., & Iain, I. (2017). Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 2, Nomor 1, Juni 2017. *Urnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 137–154.
- Purwaningsih, M. (2016). Standar Etika bagi Perusahaan yang Menggunakan Media Sosial sebagai Enterprise's Official Presence. *Jurnal Sistem Dan Informatika*, 11(1), 95–104.

- Ray, S., Das, J., Pande, R., & Nithya, A. (2024). Swati Ray 1 , Joyati Das 2* , Ranjana Pande 3 , and A. Nithya 2. 6(1), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Saputra, E., & Suwardi. (2023). Mitigasi Risiko Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah. *AL-IQTISHAD: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.47498/iqtishad.v1i1.2155>