Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN: 3024-8140
Volume 4, Issue May, 2026 pp. 899-904 http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Analisis risiko reputasi terhadap kepercayaan nasabah pada perbankan syari'ah di indonesia

Kandita Deswira Hardanti
program studi Perbankan syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik ibrahim Malang
e-mail: 230503110037@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:
Manajemen Risiko, Risiko Reputasi, Bank Syariah, Kepercayaan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Keywords:
Risk Management, Reputational Risk, Islamic Banking, Customer Trust, customer loyalty

A B S T R A K

Dalam kegiatan operasional perbankan, khususnya perbankan syari'ah, risiko merupakan hal yang tidak dapat dihindari karena melekat pada setiap aktivitas operasionalnya sejak penghimpunan dana sampai penyaluran dana. Salah satu risiko yang muncul dan tertera di dalam POJK no 65 adalah risiko reputasi. Risiko reputasi melekat karena adanya pemberitaan dari masyarkat yang bersifat negatif serta adanya strategi komunikasu bank ynag kurang efektif hingga diliput oleh media sehingga dapat diketahui oleh seluruh masa (Nugraha, 2019)*. Publikasi yang negatif teradaap bank tentu akan mencemari nama baik dari bank itu sendiri dan mengurangi kepercayaan nasabah perbankan syari'ah. Tujuan dari penelitian ini dipergunakan untuk pembelajaran pada staff serta kewaspadaan bagi nasabah. Artikle ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yagn berfokus pada penerapan manajemen risiko berbasis reputasi. Hasil penelitian menunjukan penerapan manajemen risiko reputasi yang efektif mampu menjaga stabilitas perbankan syari'ah.*

A B S T R A C T

In banking operations, particularly in Islamic banking, risk is inevitable because it is inherent in every operational activity, from fund mobilization to fund disbursement. One of the risks identified in POJK No. 65 is reputational risk. Reputational risk arises due to negative public sentiment and ineffective bank communication strategies, which are often covered by the media and thus become known to the general public (Nugraha, 2019). Negative publicity regarding a bank will inevitably tarnish the bank's reputation and erode the trust of Islamic banking customers. The purpose of this study is to serve as a learning tool for staff and to raise awareness among customers. This article employs a descriptive qualitative method focused on the implementation of reputation-based risk management. The research findings indicate that the effective implementation of reputation risk management is capable of maintaining the stability of Islamic banking.

Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, perbankan mulai memahami pentingnya pengelolaan risiko untuk menjaga stabilitas dan keberlangsungan bisnis (Wahyu & Budianto, 2022) terkhusunya pada bidang perbankan syariah. Perbankan syariah di Indonesia memiliki peran yang krusial untuk menjaga stabilitas keuangan syariah. Pada operasionalnya perbankan syariah tidak terlepas dari risiko yang menyelimuti. Maka diperlukan manajemen risiko yang efektif untuk meminimalkan dampak negatif serta menjaga citra dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah. Manajemen risiko sering kali dipersepsikan sebagai penghambat kemajuan, memperlama proses internal perusahaan

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.

dan membebani keuangan perusahaan serta hal negatif lainya (Pada et al., n.d.). Namun demikian, pandangan tersebut tidak sepenuhnya tepat, karena manajemen risiko justru memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas dan keberlangsungan perusahaan. Menurut (Tartila,M, 2022) Pada jurnal (ketahanan & syariah,2024) Manajemen risiko meliputi identifikasi, evaluasi, pengendalian dan mengambil tindakan (Ketahanan & Syariah, 2024). Didalam aktivitasnya sejak menghimpun dana sampai menyalurkan dana terdapat beberapa risiko yang terkandung pada POJK 65/POJK.03/2016 seperti risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas,risiko operasional, risiko hukum, risiko reputasi,risiko stratejik, risiko kepatuhan, risiko imbal hasil, risiko investasi. Di antara berbagai jenis risiko tersebut, risiko reputasi memiliki dampak yang signifikan terkait kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Berdasarkan pada POJK 65/POJK.03/2016 Risiko reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan (stakeholder) yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank (Komisioner & Jasa, 2016). Risiko reputasi dapat timbul karena pemberitaan negatif, kualitas layanan yang kurang optimal, serta juga kegagalan bank dalam menjaga prinsip transparansi dan kepatuhan syariah. Karakeristik yang terkandung dalam risiko ini adalah cepat menyebar dan sulit untuk dikendalikan. Berdasarkan uraian tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis risiko reputasi pada perbankan syariah, mengidentifikasi faktor-faktor penyebabnya, serta mengkaji dampaknya terhadap kepercayaan nasabah. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi secara akademis dalam pengembangan ilmu manajemen risiko, khususnya yang berkaitan dengan risiko reputasi pada perbankan syariah. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak perbankan syariah dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan risiko reputasi, serta memberikan informasi bagi masyarakat sebagai nasabah agar lebih memahami pentingnya reputasi dalam menjaga kepercayaan terhadap lembaga perbankan syariah.

Kajian Literatur

Manajemen Risiko Dalam Perbankan Syariah

Manajemene risiko organisasi adalah suatu sistem pengelolaan risiko yang dihadapi oleh qorganisasi yang komprehensif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Manajeen risiko perbankan diartikan dalam Peraturan Bank Indonesia no. 11/25/PBI/2009 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia no. 5/8/PBI/2003 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum sebagai serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengelola risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha bank (Pada et al., n.d.).

Risiko Reputasi

risiko reputasi adalah risiko yang timbul akibat menurunya tingkat kepercayaan stakeholder yang disebabkan oleh persepsi negatif terhadap bank. Selain itu, risiko reputasi ini harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip keadilan, transparansi, dan tanpa penipuan, memastikan bahwa hak dan kewajiban terlakasana (No & Java, 2024).

Bank syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam (syariah), yang menghindari unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi), serta mengedepankan keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Dukungan regulasi di negara berkembang juga menjadi kunci dalam mendorong penerapan pelaporan keberlanjutan dengan manfaat yang telah terbukti meningkatkan transparansi, memperbaiki persepsi pasar, dan mengelola risiko secara efektif. Inisiatif seperti ini dapat membantu negara berkembang mengadopsi standar global tanpa kehilangan identitas lokalnya sehingga memperkuat daya saing industri keuangan, khususnya perbankan syariah, di kancah internasional (Islam et al., 2025).

Loyalitas nasabah

proses dari manajemen risiko dalapat memimalkan dampak negatif yang disebabkan oleh kelemahan dalam apek hukum. Ketidakhadiran, dan perubahan undang-undang serta peraturan dan sengketa hukum. Bankyak kesalahan dalam manajemen risiko hukum dapat menyebabkan masalah likuiditas (Ihyak & Suprayitno, 2023). Kepercayaan merupakan Salah satu determian utama dalam membentuk loyalitas nasabah (Ilmiah & Islam, 2023). Dalam perspektif pemasaran jasa keungaan, loyalitas nasabah didefinisikan sebagai komitmen yagn kuat dari nasaabh untuk terus menggunakan prosuk atau jasa dari dari layanan bank itu sendiri secara konsisten dimasa mendatang, meskirpun terdapat berbagai alternatif piliha. Menurut olier, loyalitas pelanggan berkembang melalui beberapa tahapan, yaitu kognitif, konatif, dan tindakan, yagn menunjukan bahwa loyalitas tidak dipengaruhi oleh kepuasan, tetapi juga oleh keprcayaan dan pengalaman yagn berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (library research) yang berfokus pada analisis risiko reputasi dalam perbankan syariah serta penerapan manajemen risiko reputasi dalam menjaga kepercayaan nasabah. Metode ini dipilih untuk mengkaji berbagai teori, hasil penelitian terdahulu, serta regulasi yang berkaitan dengan risiko reputasi dan manajemen risiko pada perbankan syariah di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, laporan tahunan perbankan syariah, serta regulasi terkait seperti POJK No. 65/POJK.03/2016. Analisis data digunakan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai peran manajemen risiko reputasi dalam menjaga stabilitas dan meningkatlan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syari'ah.

Hasil dan Pembahasan

Analisis risiko reputasi pada perbankan syari'ah

Risiko melekat pada semua aspek operasi komersil. Namun bagi bank dan lembaga keuangan, risiko reputasi merupakan faktor penting yang perlu dikelola (Nur & Malang,

2024) . risiko ini memiliki peran yang paling krusial dalam operasional perbankan syari'ah karena berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan nasabah. Risiko reputasi memungkinkan terjadinya penurunan minat nasabah untuk mendaftar menjadi nasabah dari bank tersebut. Dalam konteks keuangan syari'ah tidak hanya bersangkutan dengan kinerja keuangan tetapi juga prinsip-prinsip syariah yang menjadi landasan operasional dari perbankan syari'ah itu sendiri (Ilyas, 2019). Dengan demikian, reputasi menajdi aset tidak berwujud yang sangat menentukan keberlangsungan bank.

Faktor- faktor penyebab risiko reputasi

Risiko reputasi adalah risiko dimana perilaku yang tidak bertanggungjawab atau perilaku manajemen akan merusak kepercayaan dari klien-klien bank. Meskipun risiko ini merupakan risiko fidusia dan syariat juga berasal dari kelalain dan ketidakpatuhan, risiko reputasi adalah risiko dimana perilaku tidak bertanggungjawab dari suati lembaga dapata mencemari reputasi bank-bank lain dalam industri (Ilyas, 2019). Sebagian paparan riset-riset dalam penelitian ini, risiko reputasi merupakan risiko reputasi sebagai risko yagn timbul karena persepsi negatif dari nasabah, mitra usaha, pemegang saham, atau regulator yang dapat memepngaruhi kemampuan bank untuk menjalankan bisnis (Nugraha, 2019).Berdasarkan hasil kajian literatur, terdapat beberapa faktor utama yang menyebabakan timbulnya risiko reputasi pada perbankan syari'ah. Yaitu:

Pemberitaan negatif media

Pemberitaan negatif, baik di media massa maupun media sosial, menjadi salah satu faktor utama yang memicu risiko reputasi. Informasi yang bersifat negatif cenderung lebih cepat menyebar dan memengaruhi persepsi publik, meskipun belum tentu mencerminkan kondisi sebenarnya. Dalam era digital, penyebaran informasi yang masif dapat memperbesar dampak reputasi dalam waktu singkat.

Kualitas layanan yang kurang optimal

Pelayanan yang tidak memuaskan, seperti lambatnya respon terhadap keluhan nasabah, kurangnya profesionalisme pegawai, serta ketidakefisienan sistem layanan, dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Hal ini secara tidak langsung akan membentuk persepsi negatif yang berkontribusi terhadap penurunan reputasi bank.

Pelanggaran prinsip syariah (sharia Non-complinace)

Sebagai lembaga berbasis syariah, kepatuhan terhadap prinsip syariah merupakan aspek fundamental. Setiap indikasi pelanggaran, baik dalam akad, produk, maupun operasional, dapat secara signifikan merusak reputasi bank karena menyangkut kepercayaan religius nasabah.

Kurangnya trasnparansi informasi

Ketidakjelasan informasi terkait produk, biaya, maupun kebijakan bank dapat menimbulkan kesalahpahaman di kalangan nasabah. Kurangnya transparansi ini berpotensi menimbulkan persepsi bahwa bank tidak terbuka, sehingga dapat menurunkan tingkat kepercayaan.

Dampak risiko reputasi terhadap kepercayaan nasabah

menurunya tingkat kepercayaan

Dampak utama dari risiko reputasi terjadi akibat menurunya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank (Nugraha, 2019). Ketika bank menghadapi pemberitaan negatif atau isu yang meragukan kredibilitasnya, nasabah akan mulai mempertanyakan keamanan dana serta profesionalitas pengelolaan bank. Penurunan kepercayaan ini dapat memengaruhi persepsi risiko nasabah terhadap bank, sehingga mereka menjadi lebih berhati-hati bahkan cenderung mengurangi interaksi dengan bank tersebut.

menurunnya loyalitas nasabah

Selain itu, risiko reputasi juga berdampak pada menurunya loyalitas nasabah. Nasabah yang sebelumnya memiliki hubungan jangka panjang dengan bank dapat beralih ke lembaga keuangan lain yang dianggap lebih terpercaya. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi tidak hanya memengaruhi keputusan awal nasabah, tetapi juga keberlanjutan hubungan antara nasabah dan bank. Dalam jangka panjang, penurunan loyalitas ini dapat berdampak pada berkurangnya basis nasabah dan pangsa pasar bank syariah.

Potensi terjadinya penarikan dana secara besar-besaran (rush)

Dalam kondisi di mana kepercayaan nasabah menurun secara signifikan, nasabah cenderung menarik dananya untuk menghindari risiko yang lebih besar. Fenomena ini dapat mengganggu likuiditas bank dan berpotensi menimbulkan risiko sistemik apabila tidak segera ditangani dengan baik.

Citra dan daya saing perbankan

Reputasi yang buruk akan menurunkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah baru, sehingga menghambat pertumbuhan bank. Dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat, terutama dengan kehadiran bank digital dan fintech, reputasi menjadi salah satu faktor penentu dalam menarik dan mempertahankan nasabah.

kepercayaan berbasis nilai religius (trust based on sharia compliance).

Ketika bank dianggap tidak menjalankan prinsip syariah secara konsisten, maka kepercayaan nasabah tidak hanya menurun dari sisi ekonomi, tetapi juga dari sisi moral dan religius. Hal ini menjadikan dampak risiko reputasi pada bank syariah lebih sensitif dibandingkan dengan perbankan konvensional

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil kajian literatur, faktor utama penyebab risiko reputasi meliputi pemberitaan negatif di media, kualitas layanan yang kurang optimal, pelanggaran prinsip syariah (*sharia non-compliance*), serta kurangnya transparansi informasi (Dewaji, 2024). Selain itu, kelemahan dalam strategi komunikasi dan pengelolaan krisis juga turut memperbesar potensi terjadinya risiko reputasi.Dampak yang ditimbulkan dari risiko reputasi sangat signifikan, terutama terhadap kepercayaan nasabah. Penurunan reputasi bank dapat menyebabkan berkurangnya tingkat kepercayaan, menurunnya

loyalitas nasabah, serta potensi terjadinya penarikan dana secara besar-besaran (*rush*). Dalam konteks perbankan syariah, dampak ini menjadi lebih sensitif karena berkaitan dengan aspek kepercayaan berbasis nilai religius, yaitu kepatuhan terhadap prinsip syariah.Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko reputasi yang efektif melalui penerapan manajemen risiko yang komprehensif sangat diperlukan untuk menjaga stabilitas dan keberlangsungan perbankan syariah serta mempertahankan kepercayaan nasabah.

Daftar Pustaka

Dewaji, J. (2024). *Pentingnya manajemen risiko reputasi dalam perbankan syariah : Studi kasus terhadap faktor-faktor penentu reputasi*. *2*(5), 1550–1555.

Ihyak, M., & Suprayitno, E. (2023). *Enrichment : Journal of Management Risk management in Islamic financial institutions (literature review)*. *13*(2). https://repository.uin-malang.ac.id/16775/

Ilmiah, J., & Islam, E. (2023). *The Role of Risk Management Determines the Profitability of Bank Syari ' ah Indonesia During the Covid-19 Pandemic*. *9*(02), 2883–2890. https://repository.uin-malang.ac.id/16235/

Ilyas, R. (2019). *Analisis Risiko Pembiayaan Bank Syariah*. *7*(2), 189–202.

Islam, U., Maulana, N., Ibrahim, M., Gajayana, J., Malang, N., Modal, A., & Keberlanjutan, A. (2025). *Ulfi Kartika Oktaviana *, Achmad Sani Supriyanto , Nanik Wahyuni © 2024 Ulfi Kartika Ok - taviana , Achmad Sani Supriyanto , Nanik Wa - hyuni*. *15*(50), 549–560. https://repository.uin-malang.ac.id/24824/

Ketahanan, M., & Syariah, B. (2024). *Peran manajemen resiko dalam meningkatkan ketahanan bank syariah di era*. *9*(204), 1459–1470.

Komisioner, D., & Jasa, O. (2016). *Otoritas jasa keuangan republik indonesia*.

No, J. G., & Java, E. (2024). *EXPLORING THE ACCEPTANCE OF PEER-TO-PEER LENDING : A MAQASID SHARIAH PERSPECTIVE THROUGH THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* *12*(2), 271–289. https://repository.uin-malang.ac.id/23255/

Nugraha, D. E. (2019). *PERBANKAN SYARIAH*. *3*(2), 100–107.

Nur, M., & Malang, I. (2024). *PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO PEMBIAYAAN PADA PERUSAHAAN FINTECH PEGADAIAN SYARI ' AH*. *01*, 19–30. https://repository.uin-malang.ac.id/19786/1/19786.pdf

Pada, S., Syariah, P., Terdaftar, Y., & Bei, D. I. (n.d.). *No Title*. 151–166.

Wahyu, E. K. A., & Budianto, H. (2022). *PEMETAAN PENELITIAN RISIKO REPUTASI PADA PERBANKAN SYARIAH DAN KONVENSIONAL : STUDI BIBLIOMETRIK VOSVIEWER DAN LITERATURE REVIEW*. https://repository.uin-malang.ac.id/15319/1/15319.pdf