

Pentingnya manajemen risiko reputasi dalam perbankan syariah: Studi kasus terhadap faktor-faktor penentu reputasi

Jannara Dewaji

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

Kata Kunci:

risiko reputasi; manajemen risiko; bank syariah; nasabah; faktor-faktor

Keywords:

reputational risk; risk management; Islamic banks; customers; factors

ABSTRAK

Manajemen risiko merupakan aspek penting dalam organisasi, termasuk bank, karena membantu mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola potensi risiko dengan menggunakan pendekatan yang sistematis. Salah satu risiko signifikan yang dihadapi bank, khususnya bank syariah, adalah risiko reputasi, yang dapat diakibatkan oleh praktik-praktik yang tidak etis, kesalahan internal, atau kegagalan dalam memenuhi ekspektasi nasabah dan masyarakat. Nasabah yang tidak puas sering kali mengungkapkan ketidakpuasan mereka secara langsung kepada bank atau melalui jalur informal seperti percakapan dan media massa, yang menyebabkan kerusakan reputasi. Penelitian ini mengandalkan tinjauan literatur untuk mengeksplorasi konsep risiko reputasi di bank syariah. Penelitian ini menyoroti bahwa risiko reputasi dapat berdampak pada nilai saham, nilai pasar, dan operasi jangka panjang bank. Untuk mempertahankan reputasi yang kuat dan stabil, bank syariah harus menjalankan bisnis dengan integritas dan transparansi serta secara efektif memonitor dan mengelola risiko reputasi. Risiko reputasi merupakan tantangan yang kompleks bagi bank syariah, namun reputasi yang baik dapat menarik nasabah dan investor, sedangkan reputasi yang buruk dapat menghambat pertumbuhan dan perkembangan.

ABSTRACT

Risk management is an important aspect of organizations, including banks, as it helps identify, evaluate, and manage potential risks using a systematic approach. One of the significant risks faced by banks, particularly Islamic banks, is reputational risk, which can result from unethical practices, internal errors, or failure to meet customer and community expectations. Dissatisfied customers often express their dissatisfaction directly to the bank or through informal channels such as conversations and mass media, causing reputational damage. This research relies on a literature review to explore the concept of reputational risk in Islamic banks. The research highlights that reputational risk can impact the stock value, market value, and long-term operations of banks. To maintain a strong and stable reputation, Islamic banks must conduct business with integrity and transparency and effectively monitor and manage reputational risk. Reputational risk is a complex challenge for Islamic banks, but a good reputation can attract customers and investors, while a bad reputation can hinder growth and development.

Pendahuluan

Industri perbankan syariah terus mengalami pertumbuhan di Indonesia. Meskipun masih memiliki pangsa pasar yang kecil dibandingkan dengan perbankan konvensional, yakni hanya sekitar 5,4%, namun industri perbankan syariah masih memiliki peluang besar untuk berkembang karena potensi pasar yang besar (Syadali et al., 2023). Risiko



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

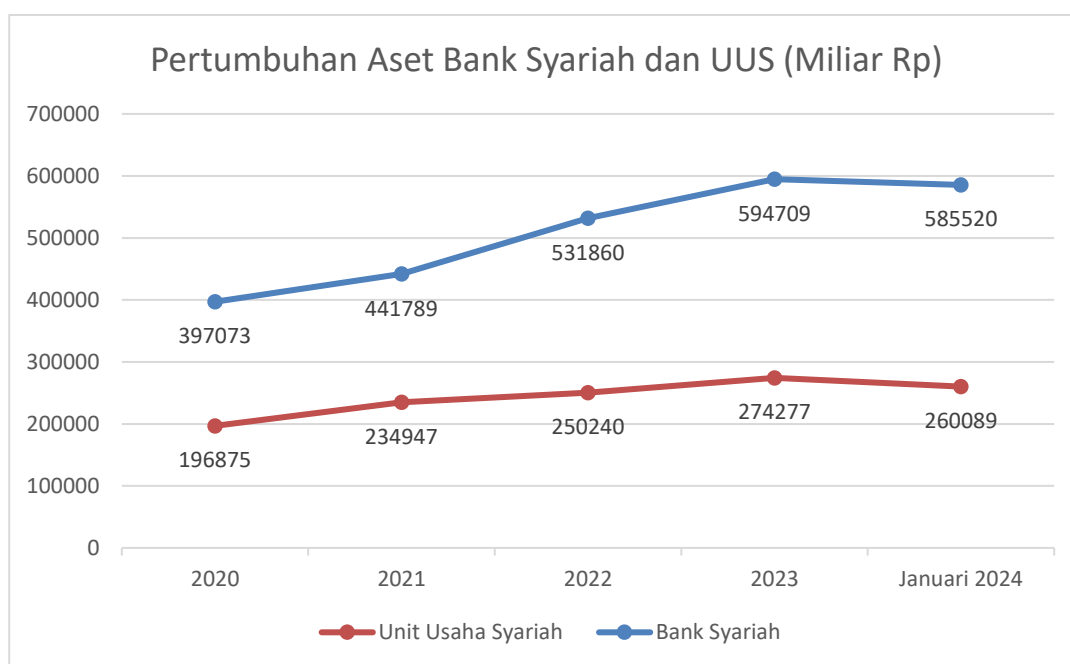
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

yang melekat pada bank syariah merupakan kejadian yang potensial dan memiliki dampak negatif terhadap modal dan pendapatan lembaga keuangan syariah (Ihyak et al., 2023).

Industri keuangan syariah memiliki peluang pertumbuhan yang luas, namun, bank-bank syariah dihadapkan pada risiko-risiko yang beragam dalam menjalankan operasinya, termasuk risiko reputasi yang dapat mempengaruhi citra dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut.

Risiko reputasi memiliki dampak yang lebih besar bagi bank-bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak hanya menilai kinerja operasional bank syariah, tetapi juga kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah. Kepercayaan masyarakat terhadap kesesuaian produk dan aktivitas bank syariah dengan prinsip-prinsip Islam menjadi faktor yang sangat krusial.

Bersumber dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) setidaknya hingga Januari 2024 terdapat sebanyak 14 Bank Syariah dengan jumlah kantor sebanyak 2.008 di seluruh Indonesia, dan terdapat sebanyak 19 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan 384 kantor cabang di seluruh Indonesia. Berikut pertumbuhan aset bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) hingga Januari 2024:



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Januari 2024

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa sektor keuangan syariah khususnya bank syariah mengalami kenaikan pada beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh peningkatan dana pihak ketiga setiap tahunnya. Seperti yang kita ketahui bahwa pada bank syariah tidak terdapat biaya admin untuk menyimpan uang (wadiah) setiap bulannya, hal ini kemungkinan besar menjadi daya tarik tersendiri bagi bank syariah. Selain menabung tanpa biaya admin di bank syariah nasabah juga akan mendapatkan nisbah bagi hasil sesuai dengan jumlah uang yang ditabungkan pada perbankan tersebut. Dengan pertumbuhan aset yang semakin masif ini diharapkan bank

syariah dapat hadir di setiap pelosok Indonesia. Dengan demikian, reputasi bank syariah juga akan meningkat seiring dengan berjalannya waktu.

Risiko reputasi adalah kemungkinan terjadinya dampak negatif terhadap reputasi sebuah bank akibat praktik bisnis yang tidak etis, kesalahan internal, atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban terhadap pelanggan dan masyarakat (Budianto, 2023). Reputasi mencerminkan bagaimana publik memandang tindakan-tindakan yang dilakukan oleh bank tersebut. Risiko reputasi terjadi ketika terjadi publikasi negatif atau persepsi buruk terhadap kegiatan atau praktek yang dilakukan oleh bank (Nugraha, 2019). Pada bank syariah, risiko reputasi seringkali muncul ketika nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan atau produk yang diberikan oleh bank, dan kemudian menyampaikan ketidakpuasannya secara langsung kepada bank atau melalui komunikasi informal seperti percakapan sehari-hari atau media massa.

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan sebagai pendekatan utama. Studi kepustakaan adalah sebuah teknik penelitian yang melibatkan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber yang tersedia secara daring, seperti dokumen, buku, artikel jurnal, dan berbagai materi lainnya.

Pembahasan

Manajemen risiko adalah disiplin ilmu yang mempelajari bagaimana suatu organisasi mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola berbagai risiko yang mungkin terjadi dengan menerapkan berbagai pendekatan manajemen secara komprehensif dan sistematis. Konsep manajemen risiko juga mencakup risiko-risiko yang terjadi di dalam masyarakat secara umum, seperti kerugian finansial, kehilangan aset, atau risiko-risiko lainnya yang dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan dan usaha (Wafie & Segaf, 2023). Manajemen risiko melibatkan adopsi seperangkat kebijakan dan prosedur lengkap yang dimiliki oleh suatu organisasi untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, mengendalikan, dan memonitor risiko-risiko tersebut. Tujuannya adalah untuk meminimalkan potensi kerugian dan meningkatkan kemungkinan kesuksesan organisasi dalam menghadapi risiko-risiko tersebut.

Manajemen risiko dilakukan dengan tujuan khusus, salah satunya adalah untuk melindungi perusahaan. Tujuan utamanya adalah melindungi perusahaan dari risiko-risiko bisnis yang berpotensi merugikan. Dengan demikian, perusahaan dapat tetap bertahan meskipun menghadapi berbagai tantangan dan dampak negatif yang mungkin timbul. Salah satu risiko yang akan timbul dalam perbankan syariah adalah risiko reputasi (Shodiq & Susilowati, 2021).

Menurut *Basel Committee on Banking Supervision* (2009), risiko reputasi adalah risiko yang muncul akibat persepsi negatif dari nasabah, mitra usaha, pemegang saham, atau regulator, yang dapat mempengaruhi kemampuan bank untuk menjalankan bisnisnya atau menciptakan peluang bisnis baru, serta kemampuan untuk memperoleh sumber pendanaan. Di Indonesia, regulator yaitu Otoritas Jasa Keuangan (2016), mendefinisikan risiko reputasi sebagai risiko yang timbul akibat penurunan kepercayaan dari para pemangku kepentingan, yang disebabkan oleh adanya persepsi negatif terhadap bank.

Risiko reputasi juga bisa berdampak pada nilai saham dan nilai pasar bank, serta memiliki konsekuensi jangka panjang terhadap aktivitas dan operasi bank. Karena itu, bank harus memastikan bahwa mereka menjalankan bisnis dengan integritas dan keterbukaan, serta secara efektif memantau dan mengelola risiko reputasi mereka untuk menjaga reputasi mereka agar tetap kuat dan stabil.

Beberapa faktor yang memiliki dampak signifikan pada reputasi antara lain:

1. *Stakeholder* atau pemegang saham
2. Kepemimpinan dan manajemen perusahaan
3. Konsistensi dalam menerapkan prinsip-prinsip Syariah
4. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah
5. Strategi publikasi dan komunikasi perusahaan

Terdapat beberapa tanda risiko reputasi yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Pelanggaran etika bisnis

Indikatornya meliputi keterbukaan informasi finansial serta kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Jika pelanggaran etika bisnis sering terjadi, reputasi lembaga keuangan syariah bisa tergerus, baik di kalangan karyawan maupun pemilik sahamnya. Meskipun lembaga tersebut sudah memiliki reputasi yang baik, pemiliknya harus tetap memastikan agar reputasinya terjaga dengan tidak melakukan pelanggaran etika bisnis.

2. Pengaruh dari pemilik bank serta *stakeholder*

Indikatornya mencakup integritas pemilik dan perusahaan terkait, serta insiden-insiden yang memengaruhi reputasi mereka. Salah satu faktor yang meningkatkan risiko reputasi pada lembaga keuangan syariah adalah reputasi dari pemilik lembaga itu sendiri. Kredibilitas juga berperan dalam reputasi, seperti contohnya jumlah nasabah suatu lembaga keuangan perbankan yang bertambah karena kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.

3. Kompleksitas produk serta kerjasama bisnis bank Syariah

Indikatornya kali ini melibatkan seberapa banyak dan seberapa seringnya nasabah menggunakan produk bank syariah dalam keputusan mereka, serta seberapa materialis kerjasama antara bank syariah dan mitra mereka. Memiliki produk yang beragam dan mitra kerjasama yang kuat dapat meningkatkan paparan terhadap risiko reputasi jika terjadi kesalahpahaman dalam penggunaan produk atau layanan mitra bisnis.

4. Frekuensi pemberitaan

Indikator dari seberapa sering berita muncul mencakup signifikansi dan frekuensi liputan, platform media yang digunakan, dan isu yang dibahas. Kinerja manajemen lembaga keuangan selama periode tertentu dapat memengaruhi berita yang bersifat positif atau negatif tentang lembaga tersebut.

5. Frekuensi keluhan dari nasabah

Indikator keluhan nasabah adalah seberapa sering keluhan materi yang diajukan oleh nasabah selama periode evaluasi. Penurunan kualitas layanan tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah pengaduan, namun perlu diselidiki lebih lanjut. Namun, jika bank mengalami pertumbuhan nasabah yang besar, hal ini dapat menyebabkan peningkatan jumlah keluhan yang signifikan.

Pengendalian Risiko Reputasi

1. Identifikasi dan penilaian risiko reputasi dalam aktivitas fungsional tertentu seperti pendanaan (penyaluran dana), operasional, layanan, teknologi informasi, dan sumber daya manusia.
2. Pemantauan terus-menerus terhadap risiko reputasi sesuai dengan pengalaman kerugian yang mungkin terjadi di masa depan akibat risiko reputasi.
3. Pengendalian risiko reputasi harus responsif dan solutif terhadap keluhan nasabah serta tuntutan hukum yang dapat meningkatkan eksposur risiko reputasi.
4. Sistem manajemen data risiko harus memiliki prosedur dan mekanisme pelaporan tentang risiko reputasi atau peristiwa yang dapat menyebabkan risiko reputasi.

Seperti yang dilakukan oleh Bank BNI mereka melakukan tiga tahapan dalam menanggulangi risiko reputasi, diantaranya:

1. Riset
2. *Monitoring*
3. *Reporting*

Contoh Kasus

Pada 8 Mei 2023, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami serangan siber yang mengakibatkan hampir seluruh layanan bank kepada nasabah terganggu. Diduga sebanyak 1,5 terabyte data yang memuat 15 juta data pribadi nasabah dan pegawai meliputi nama, nomor telepon, alamat, informasi dokumen, isi rekening, nomor kartu, dan transaksi. Peretasan itu diduga didalangi oleh sekelompok peretas ransomware bernama LockBit 3.0. Dengan adanya kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem pengamanan pada BSI lemah. Hal ini akan berdampak kepada kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa layanan perbankan di BSI. Perusahaan yang beroperasi di sektor jasa tidak dapat bertahan dalam jangka panjang tanpa dukungan loyalitas dari para pelanggannya (Rini & Hasan, 2022).

Selain kasus tersebut banyak terjadi peristiwa penipuan dengan modus skimming pada mesin ATM di berbagai bank. Namun saat ini mayoritas perbankan sudah menyediakan fitur untuk menarik uang tanpa kartu ATM atau hanya menggunakan mobile bankingnya saja. Hal ini dapat meningkatkan kembali kepercayaan masyarakat serta dapat memudahkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa adanya penipuan melalui mesin ATM.

Kesimpulan dan Saran

Di tengah perubahan dinamis dalam industri perbankan, risiko reputasi merupakan sebuah tantangan kompleks bagi bank syariah. Reputasi yang baik dapat menarik minat nasabah dan investor, serta menggerakkan pertumbuhan bisnis. Namun, di sisi lain, reputasi yang tergores dapat merusak citra dan menghambat perkembangan.

Oleh karena itu, usaha untuk mengurangi risiko reputasi menjadi kunci utama bagi bank syariah dalam mencapai kesuksesan di masa depan. Berbagai langkah strategis perlu diambil secara konsisten dan berkelanjutan. Masa depan industri perbankan syariah di Indonesia menawarkan beragam peluang. Dengan mengelola risiko reputasi dengan efektif, bank syariah dapat memperoleh kepercayaan masyarakat dan menjadi pilihan utama bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi keuangan sesuai prinsip syariah.

Daftar Pustaka

- Budianto, E. W. H. (2023). Pemetaan penelitian risiko reputasi pada perbankan syariah dan konvensional: Studi bibliometrik VOSviewer dan literature review. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 8(1), 94–113. <http://dx.doi.org/10.15548/al-masraf.v8i1.425>
- 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/>
- Nugraha, D. E. (2019). Manajemen risiko reputasi pada perbankan syariah di Indonesia. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 3(2), 100–107. <https://doi.org/10.37726/ee.v3i2.13>
- Rini, A. R., & Hasan, I. (2022). Peran Service Quality dan Relationship Marketing terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(1), 1059–1066. <http://repository.uin-malang.ac.id/14516/>
- Shodiq, A. J., & Susilowati, L. (2021). *Manajemen Mitigasi Risiko Pada Bank Syariah*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Syadali, M. R., Segaf, S., & Parmujianto, P. (2023). Risk management strategy for the problem of borrowing money for Islamic commercial banks. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1227–1236. <http://repository.uin-malang.ac.id/16771/>
- Wafie, S., & Segaf, S. (2023). Pemanfaatan informasi dan teknologi dalam implementasi manajemen pengendalian risiko likuiditas di BMT Ugt Nusantara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3380–3388. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9481>