

# MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PERBANKAN SYARIAH

Dodi Eka Nugraha

*Prodi Perbankan Syariah STIE Syariah Indonesia Purwakarta  
Jln. Veteran no 150-152 Purwakarta 41118 Jawa Barat INDONESIA  
dodiekanugraha15@gmail.com*

**Intisari**— Risiko inheren merupakan risiko yang melekat pada kegiatan bisnis bank syariah, baik yang dapat dikuantifikasikan maupun yang tidak, yang berpotensi memengaruhi posisi keuangan bank. Penerapan manajemen risiko, khususnya risiko reputasi bagi bank syariah, baik secara individual maupun bagi bank secara konsolidasi dengan perusahaan anak paling tidak mencakup pengawasan aktif dewan komisaris, direksi, dan DPS, kebijakan, prosedur, dan penetapan limit, dan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko serta SIM risiko. Risiko ini timbul, antarlain karena adanya pemberitaan media dan rumor mengenai bank yang bersifat negatif serta adanya strategi komunikasi bank yang kurang efektif. Publikasi negatif terhadap salah satu bank islam akan mencemari reputasi bank islam lainya, meskipun bank islam lain tidak terlibat dalam tindakan yang bertanggung jawab tersebut. Cara pengendalian risiko reputasi yang terbaik adalah dengan melakukan program antisipasi/preventive action dan program pemeliharaan reputasi. Risiko Reputasi adalah suatu risiko yang abstrak dan berbentuk intangible asset bagi perusahaan. Penanganan risiko reputasi sebaiknya secara preventive karena biaya penyelesaian risiko ini sangatlah besar dan akibatnya dapat merusak serta membunuh perusahaan.

**Kata kunci**— Risiko Reputasi, Risiko Inheren, Penerapan Manajemen Risiko Bank Umum, dan Penerapan Manajemen Risiko Bank Umum Syariah

**Abstract**— Inherent risk is the risk inherent in the business activities of islamic banks, both of which can dikuantifikasikan or not, which could potentially affect the financial position of the bank risk management, particularly reputational risk for the islamic banks, either individually or for banks in consolidation with the subsidiaries most involved the active supervision of the board of commissioners, directors, and DPS, policies, procedures, and limits, and the process of identification, measurement, monitoring, and control of the risk and SIM risk. The risk of this arising, mostly because of the media coverage and rumors about the banks that are negative as well as the communication strategy of the bank are less effective. The negative publicity against one of the islamic banks would contaminate the reputation of the bank the islamic other, although islamic banks other not to engage in responsible action. How to control reputation risk is best with the anticipation/preventive action and maintenance program reputation. Reputation risk is a risk which is abstract and shaped the intangible asset for the company. The handling of reputation risk should be preventive because of the cost of the completion of this risk is large and as a result can damage and kill the company.

**Keywords**— Reputation Risk, Inherent Risk, Implementation of Commercial Bank Risk Management, and Implementation of Islamic Commercial Bank Risk Management.

## I. PENDAHULUAN

Sebagai unit usaha yang bergerak di bidang jasa yang *highly regulated* maka kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor fundamental yang menentukan kesinambungan bisnis bank. Kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut sangat tergantung persepsi nasabah terhadap citra dan reputasi bank. Dengan demikian salah satu risiko yang dihadapi oleh perusahaan dan penting untuk dikelola adalah risiko reputasi (*reputation risk*).

Reputasi dapat diakui sebagai risiko itu sendiri atau sebagai konsekuensi yang diakibatkan risiko lain (risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum dan risiko strategik) atau keduanya. Risiko reputasi muncul sebagai akibat dari aktivitas operasional yang memiliki konsekuensi operasional dan keuangan itu. Bagaimanapun, setiap risiko bisnis dan prosesnya dapat mempengaruhi reputasi, namun risiko reputasi secara umum meliputi peluang dan

tantangan yang memiliki dimensi etis dan sosial (emosional) lebih besar dibandingkan dengan hanya risiko keuangan dan operasional semata.

Apabila risiko reputasi tidak dikelola dengan baik dan efektif, pada gilirannya akan berdampak luas pada kinerja bisnis. Reputasi bank yang buruk akan mendorong nasabah untuk beralih ke bank lain dengan reputasi yang lebih bersih. Dengan demikian, ancaman terhadap reputasi, baik nyata maupun persepsi, dapat menghancurkan nama baik perusahaan yang telah dibangun bertahun-tahun. Tidak berlebihan bila dikatakan risiko reputasi adalah persoalan hidup dan mati bank.

Dengan dasar pemikiran diatas dan tekad Bank untuk mengimplementasi- kan tata kelola perusahaan yang sehat (*good corporate governance*) dan melaksanakan fungsi identifikasi, pengukuran, pemantauan serta pengendalian risiko sesuai Peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang Penerapan manajemen Risiko Bagi Bank Umum termasuk didalamnya manajemen risiko reputasi, maka disusunlah tulisan Manajemen Risiko Reputasi. Hal tersebut dimaksudkan agar aktivitas usaha Bank tidak menimbulkan kerugian yang melebihi kemampuan Bank atau yang dapat mengganggu kelangsungan usaha Bank. Untuk itu maka Bank harus mengambil langkah-langkah persiapan pelaksanaan pengelolaan risiko reputasinya.

## II. TELAHAH/KRITIK TERHADAP KONSEP RISIKO INHEREN REPUTASI

### A. PENGERTIAN RISIKO REPUTASI

Risiko Reputasi Reputasi suatu bank (*banking reputation*) adalah kumpulan citra bank di benak khalayak atau stakeholders. Reputasi mencerminkan persepsi publik terkait mengenai tindakan-tindakan suatu bank. Risiko reputasi disebabkan adanya publikasi negatif yang berhubungan dengan kegiatan bank atau persepsi negatif terhadap suatu bank. Risiko reputasi suatu bank syariah biasanya terjadi ketika nasabah merasa kecewa kepada bank syariah lalu melakukan protes, baik secara langsung (kepada bank syariah tersebut) maupun tidak langsung (lewat *word-to-mouth* dan media massa). Kejadian yang dapat mendatangkan risiko reputasi misalnya pelayanan bank syariah yang tidak becus, margin yang mencekik leher, pegawai yang berbusana seksi, pegawai yang tidak mengetahui akad-akad syariah dan sebagainya. Yang paling parah jika risiko reputasi itu muncul karena pelanggaran aspek syariah.

Menurut regulasi, risiko reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan para pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank syariah. Risiko ini timbul antara lain karena adanya pemberitaan media dan/atau rumor mengenai bank syariah yang bersifat negatif, serta adanya strategi komunikasi bank syariah yang kurang efektif.

Hal-hal yang sangat berpengaruh terhadap reputasi antara lain manajemen, pemegang saham, pelayanan yang disediakan, penerapan prinsip-prinsip syariah, dan publikasi. Apabila manajemen dalam pandangan para pemangku kepentingan dinilai baik, risiko reputasi menjadi rendah. Begitupun perusahaan dimiliki oleh pemegang saham yang kuat, maka risiko reputasi juga rendah.<sup>1</sup> Risiko reputasi menjadi tinggi ketika pelayanannya kurang baik. Penerapan prinsip-prinsip syariah haruslah dilaksanakan secara konsekuen agar tidak timbul penilaian negatif terhadap penerapan sistem syariah yang dapat mengakibatkan timbulnya publikasi negatif sehingga akan menaikkan tingkat risiko reputasi. Oleh karena itu, seluruh bank syariah harus mewaspadaai hal-hal yang bisa menyebabkan turunnya reputasi antara lain: kesalahan manajemen, melanggar peraturan, melanggar fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), skandal keuangan, kurang kompeten, baik dalam pengelolaan maupun pelayanan, integritas yang diragukan, dan performa keuangan yang kurang baik.



Gambar 1. Dasar Reputasi

Selain atribut tersebut, beberapa hal yang juga dapat menjadi dasar reputasi, yaitu komunikasi, sikap profesional, kepercayaan publik, inovasi produk, tanggung jawab sosial, kualitas layanan konsumen, responsif terhadap umpan balik publik sebagai dasar reputasi.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Adriawan karim, 2004.

<sup>2</sup> Firsan nova, 2011

Kegagalan manajemen risiko reputasi dapat menimbulkan penarikan besar-besaran dana pihak ketiga, menimbulkan masalah likuiditas, ditutupnya bank oleh otoritas, dan bahkan bisa mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu, tujuan utama Manajemen Risiko Reputasi adalah untuk mengantisipasi dan meminimalkan dampak kerugian dari risiko reputasi bank syariah. Risiko reputasi dalam bisnis dapat bersumber dari berbagai aktivitas bisnis bank syariah yang meliputi hal-hal sebagai berikut.

1. Kejadian-kejadian yang telah merugikan reputasi bank syariah, misalnya pemberitaan negatif di media massa, pelanggaran etika bisnis, dan keluhan nasabah.
2. Hal-hal lain yang dapat menyebabkan risiko reputasi, misalnya kelemahan-kelemahan pada tata kelola, budaya perusahaan, dan praktik bisnis bank syariah.

Dalam jangka pendek, risiko reputasi memang tidak menimbulkan dampak langsung secara finansial. Tapi dalam jangka panjang akan sangat terasa. Pelan-pelan menghanyutkan. Derajat yang sangat dihindari adalah ketika risiko reputasi mengikis tingkat kepercayaan nasabah. Karena pada umumnya, bank termasuk industri yang memiliki sensitivitas tinggi terhadap kepercayaan publik atau masyarakat umum. Saking pentingnya, risiko reputasi juga dimasukkan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.5 tahun 2003 tentang Penerapan manajemen risiko bagi bank umum. Bahkan sebuah penelitian menyatakan 84% responden setingkat presiden direktur industri keuangan dalam lima tahun terakhir fokus pada pengelolaan risiko reputasinya.

Seperti yang sudah digambarkan di awal, Bank syariah memiliki risiko reputasi yang lebih berat bobotnya dibandingkan dengan bank konvensional. Karena masyarakat tidak hanya melihat pada aspek operasional tetapi juga spiritual. Apalagi umur industri perbankan syariah masih muda, belum sampai dua dasawarsa. Ditambah lagi pangsa pasarnya yang masih buncit di arena perbankan nasional. Bahkan dengan size industri yang masih kecil, reputasi negatif bisa berdampak sistematis kepada industri keuangan syariah. Oleh karena itu bank syariah harus memiliki manajemen reputasi yang baik. Mengelola Risiko Reputasi Pengelolaan risiko reputasi dalam bank syariah setidaknya ada tiga hal yakni; Pertama, Optimalkan unit pengaduan nasabah. Setiap pengaduan nasabah harus segera ditindak lanjuti.

Jangan sampai bank syariah cuek, buntutnya nasabah mengadu ke pihak lain bahkan hingga ke media massa (Misalnya: lewat kolom Surat Pembaca). Karena pada dasarnya pengaduan yang tidak digubris akan seperti bom waktu, suatu saat akan meledak atau seperti teori getok ular, mudah menyebar. Kedua, Optimalisasi peran *Public Relation* (PR). Peran PR adalah untuk merancang dan mengorganisir strategi komunikasi yang berisi pesan-pesan yang tepat untuk audience untuk menjaga reputasi dan meminimalisir risiko reputasi. Ketiga, Menjunjung tinggi kaidah syariah. Penerapan kaidah syariah tidak hanya pada produk dan layanan. Tetapi juga pada perilaku (*attitude*) SDM bank syariah. Risiko reputasi tidak akan hinggap ke bank syariah jika bank syariah menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* dengan serius. Prinsip-prinsip GCG adalah keadilan, transparansi, akuntabilitas dan responsibilitas.<sup>3</sup>

Penerapan GCG akan melengkapi prinsip kehati-hatian (*prudential banking*). Termasuk juga pemenuhan kaidah-kaidah syariah (*sharia principle*) yang berorientasi pada fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain itu SDM bank syariah sebagai penggerak mesin bank syariah juga harus memiliki profesionalisme dan integritas yang tinggi. SDM bank syariah harus melaksanakan budaya kerja dan kode etiknya (*code of conduct*).

Dan yang utama, SDM syariah ikut mengawal kesyariahan bank syariah dengan memiliki pemahaman dan pengetahuan yang baik di bidang perbankan syariah. Terakhir langkah-langkah bank syariah untuk memitigasi risiko reputasi harus di *back up* dengan *corporate communication* yang efektif. Reputasi bank syariah dibangun juga oleh nilai-nilai keislaman. Jangan sampai terjadi risiko reputasi pada bank syariah karena risiko reputasi itu tidak hanya akan merobohkan image bank syariah tersebut tetapi juga industri perbankan syariah. Oleh karena itu manajemen reputasi harus diterapkan bank syariah baik pada lembaganya maupun pada SDMnya.

## **B. Risiko Inheren**

Risiko inheren merupakan risiko yang melekat pada kegiatan bisnis bank syariah, baik yang dapat dikuantifikasikan maupun yang tidak, yang berpotensi memengaruhi posisi keuangan bank.

---

<sup>3</sup> Herman Darmawi,.,Manajemen Perbankan, Bumi aksara, 2011

Pengaruh reputasi dari pemilik bank dan perusahaan terkait, kredibilitas pemilik dan perusahaan terkait serta kejadian reputasi pada pemilik dan perusahaan terkait. Pengaruh reputasi/berita negatif dari pemilik bank dan atau perusahaan terkait dengan bank syariah merupakan salah satu faktor yang dapat menyebabkan peningkatan risiko reputasi pada bank syariah.

Pelanggaran etika bisnis, pelanggaran etika terlihat antara lain melalui hal-hal yaitu transparansi informasi keuangan dan kerjasama bisnis dengan para pemangku kepentingan lainnya. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan apabila bank syariah melakukan pelanggaran terhadap etika/norma-norma bisnis yang berlaku secara umum.<sup>4</sup>

Kompleksitas produk dan kerja sama bisnis bank syariah, parameter atau indikator yang mempengaruhinya adalah jumlah dan tingkat penggunaan nasabah atas produk bank syariah yang kompleks. Serta jumlah dan materialitas kerja sama bank syariah dengan mitra bisnis. Produk yang kompleks dan kerja sama dengan mitra bisnis dapat terekspos pada risiko reputasi apabila terdapat kesalahan pemahaman penggunaan produk/ jasa atau pemberitaan negatif pada mitra bisnis, antara lain pada produk *bancaassurance* dan reksa dana.

Frekuensi memiliki parameter/indikator seperti frekuensi dan materialitas pemberitaan, jenis media dan ruang lingkup pemberitaan. Frekuensi dan jenis media dan materialitas pemberitaan negatif bank syariah meliputi juga pengurus bank syariah, yang diukur selama periode penilaian.

Frekuensi dan materialitas keluhan nasabah memiliki parameter/indikator seperti frekuensi keluhan nasabah dan materialitas keluhan nasabah. Keluhan nasabah diukur selama periode penilaian.

### **III. TELAHAH/KRITIK TERHADAP KONSEP PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO**

#### **A. Penerapan Manajemen Risiko**

Penerapan manajemen risiko, khususnya risiko reputasi bagi bank syariah, baik secara individual maupun bagi bank secara konsolidasi dengan perusahaan anak paling tidak mencakup hal-hal sebagai berikut.

##### **1. Pengawasan aktif dewan komisaris, direksi, dan DPS**

Bank syariah wajib menerapkan manajemen risiko melalui pengawasan aktif dewan komisaris, direksi, dan DPS untuk risiko reputasi. Selain melaksanakan pengawasan aktif, bank syariah perlu juga menambahkan penerapan beberapa hal dalam tiap aspek pengawasan aktif oleh dewan komisaris, direksi, dan DPS, yang mencakup hal-hal sebagai berikut.

##### **a. Kewenangan dan tanggung jawab dewan komisaris dan direksi**

1) Dewan komisaris dan direksi harus memberikan perhatian terhadap pelaksanaan manajemen risiko untuk risiko reputasi oleh unit-unit terkait (*corporate secretary*, humas, dan unit bisnis terkait).

2) Dewan komisaris dan direksi harus berperilaku secara profesional dan menjaga etika bisnis sehingga dapat menjadi contoh bagi seluruh elemen organisasi bank syariah dalam upaya membangun dan menjaga reputasi.

3) Direksi harus menetapkan satuan kerja/fungsi yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab untuk memberikan informasi kepada nasabah dan para pemangku kepentingan bank terkait dengan aktivitas bisnis bank dalam rangka mengendalikan risiko reputasi.

4) Dewan Pengawas Syariah harus melakukan evaluasi (*review*) atas kebijakan manajemen risiko khususnya aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan Prinsip Syariah.

5) Dewan Pengawas Syariah harus mengevaluasi pertanggungjawaban direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko khususnya evaluasi (*review*) atas kebijakan manajemen risiko khusus aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan Prinsip Syariah.

6) Dewan Pengawas Syariah harus mengevaluasi pertanggungjawaban direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko khususnya aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan Prinsip Syariah yang terkait dengan pemenuhan Prinsip Syariah.

##### **b. Sumber daya insani**

Kecukupan SDI untuk risiko reputasi mengacu pada cakupan penerapan manajemen risiko secara umum.

##### **c. Organisasi Manajemen Risiko Reputasi**

<sup>4</sup> Veithzal Rival dan Rifki Ismal, *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. PT Gramedia Pustaka Utama. 2013.

- 1) Seluruh pegawai termasuk manajemen unit bisnis dan aktivitas pendukung bank syariah harus menjadi bagian dari struktur pelaksana manajemen risiko untuk risiko reputasi, mengingat reputasi merupakan hasil dari seluruh aktivitas bisnis bank syariah. Peran manajemen unit bisnis adalah mengidentifikasi risiko reputasi yang terjadi pada bisnis atau aktivitas unit tersebut dan sebagai front liner dalam membangun dan mencegah risiko reputasi, khususnya terkait hubungan dengan nasabah.
  - 2) Satuan kerja yang melaksanakan manajemen risiko untuk risiko reputasi seperti corporate secretary, humas, investor relation, antara lain bertanggung jawab yang mencakup hal-hal berikut.
    - a) Menjalankan fungsi kehumasan dan merespons pemberitaan negatif atau kejadian lainnya yang memengaruhi reputasi bank syariah dan dapat menyebabkan kerugian bank syariah.
    - b) Mengomunikasikan informasi yang dibutuhkan para pemangku kepentingan: investor, nasabah, kreditur, asosiasi, dan masyarakat.
2. Kebijakan, prosedur, dan penetapan limit
- Bank syariah perlu menambahkan penerapan beberapa hal dalam tiap aspek kebijakan, prosedur, dan penetapan limit dalam melaksanakan kebijakan, prosedur, dan penetapan limit untuk risiko reputasi yang mencakup hal-hal sebagai berikut.
- a. Strategi manajemen risiko Penyusunan strategi manajemen risiko untuk risiko reputasi mengacu pada cakupan penerapan secara umum khususnya tentang kebijakan, prosedur, dan penetapan limit.
  - b. Tingkat risiko yang akan diambil (*risk appetite*) dan toleransi risiko (*risk tolerance*). Penetapan tingkat risiko yang akan diambil dan toleransi risiko untuk risiko reputasi mengacu pada cakupan penerapan secara umum. .
  - c. Kebijakan dan prosedur
    - 1) Bank syariah harus mempunyai kebijakan dan prosedur tertulis yang memenuhi prinsip-prinsip transparansi dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dan para pemangku kepentingan lainnya untuk mengendalikan risiko reputasi. Kebijakan tersebut juga harus sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai perlindungan kepada konsumen.
    - 2) Bank syariah harus memiliki dan melaksanakan kebijakan komunikasi yang tepat dalam rangka menghadapi berita/publikasi yang bersifat negatif atau mencegah informasi yang cenderung kontraproduktif, antara lain dengan cara menerapkan strategi penggunaan media yang efektif untuk menghadapi berita negatif.
    - 3) Bank syariah harus mempunyai protokol khusus untuk pengelolaan risiko reputasi pada saat krisis sehingga dapat dengan cepat mengantisipasi peningkatan risiko reputasi di saat krisis. Penilaian atas faktor ini mencakup
      - a) struktur manajemen krisis
      - b) prosedur manual manajemen krisis.
  - d. Limit

Limit risiko reputasi secara umum bukan merupakan limit yang dapat dikuantifikasi secara finansial. Sebagai contoh, limit waktu merespons keluhan nasabah dan batasan waktu menunggu dalam antrean untuk mendapat pelayanan.
3. Proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko serta SIM risiko
- Bank syariah perlu menambahkan penerapan beberapa hal dalam melakukan penerapan manajemen risiko melalui proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko serta SIM risiko untuk risiko reputasi dalam tiap proses dimaksud, sebagai berikut:
- a. Identifikasi dan pengukuran risiko reputasi
    - 1) Bank syariah harus mencatat dan menatausahakan setiap kejadian yang terkait dengan risiko reputasi termasuk jumlah potensi kerugian yang diakibatkan kejadian dimaksud dalam suatu administrasi data. Pencatatan dan penatausahaan data tersebut disusun dalam suatu data statistik yang dapat digunakan untuk memproyeksikan potensi kerugian pada suatu periode dan aktivitas tertentu bank syariah.
    - 2) Bank syariah dapat menggunakan beberapa sumber informasi untuk mengidentifikasi dan mengukur dampak dari risiko reputasi antara lain: pemberitaan media massa; situs bank dan hasil analisis jejaring sosial; pengaduan nasabah melalui layanan nasabah; dan kuesioner kepuasan nasabah.
  - b. Pemantauan risiko reputasi

Pelaksanaan pemantauan untuk risiko reputasi mengacu pada cakupan penerapan secara umum.
  - c. Pengendalian risiko reputasi

- 1) Bank syariah harus segera menindaklanjuti dan mengatasi adanya keluhan nasabah dan gugatan hukum yang dapat meningkatkan eksposur risiko reputasi.
  - 2) Bank syariah harus mengembangkan mekanisme yang andal dalam melakukan tindakan pengendalian risiko reputasi yang efektif. Secara umum, pengendalian risiko reputasi dapat dilakukan melalui dua hal, yaitu sebagai berikut.
    - a) Pencegahan terjadinya kejadian yang menimbulkan risiko reputasi. yang secara umum dilakukan melalui serangkaian aktivitas sebagai berikut.
      - 1) Tanggung jawab sosial perusahaan (*profit equalisation reserve-PER*), merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan bank syariah untuk pemberdayaan masyarakat dalam bentuk kegiatan ekonomi/sosial yang diharapkan dapat membangun reputasi positif dari para pemangku kepentingan terhadap bank syariah.
      - 2) Komunikasi/edukasi secara rutin kepada para pemangku kepentingan dalam rangka membentuk reputasi positif dari para pemangku kepentingan.
    - b) Pemulihan reputasi bank syariah setelah terjadi kejadian yang menimbulkan risiko reputasi, yaitu segala respons bank syariah untuk memulihkan reputasi dan mencegah terjadinya pemburukan reputasi bank syariah.
  - 3) Mitigasi risiko reputasi maupun kejadian yang menimbulkan risiko reputasi dilakukan dengan mempertimbangkan materialitas permasalahan dan biaya. Meskipun demikian, dapat saja risiko reputasi tersebut diterima sepanjang masih sesuai dengan tingkat risiko yang akan diambil.
  - 4) Tindakan pencegahan dan pemulihan risiko reputasi dalam rangka pengendalian risiko reputasi yang lebih besar pada masa depan, yang telah dilakukan perlu diikuti dengan perbaikan pada kelemahan pengendalian dan prosedur yang memicu terjadinya risiko reputasi.
- d. Sistem Informasi Manajemen Risiko Reputasi
- 1) Bank syariah harus memiliki prosedur reguler dan mekanisme pelaporan risiko reputasi/kejadian yang menimbulkan risiko reputasi, baik secara tertulis maupun melalui

sistem elektronik termasuk pembahasan dalam *board/ management meeting*.

- 2) Bank syariah harus memiliki mekanisme sistem peringatan dini untuk memberikan sinyal kepada manajemen sehingga dapat melakukan respons-respons dan mitigasi yang dibutuhkan.

## B. Akibat Terjadinya Risiko Reputasi

Risiko reputasi terjadi akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank. Pemangku kepentingan bank meliputi nasabah, debitur, investor, regulator, dan masyarakat umum, meskipun belum menjadi nasabah bank. Hal-hal yang berpengaruh pada reputasi bank adalah manajemen, pelayanan, ketaatan pada aturan, kompetensi, dan sebagainya.

Risiko ini timbul, antaralain karena adanya pemberitaan media dan rumor mengenai bank yang bersifat negatif serta adanya strategi komunikasi bank yang kurang efektif. Publikasi negatif terhadap salah satu bank islam akan mencemari reputasi bank islam lainnya, meskipun bank islam lain tidak terlibat dalam tindakan yang bertanggung jawab tersebut. Dampak dari publikasi negatif juga berpengaruh terhadap keuntungan yang akan diperoleh, likuiditas, dan mempengaruhi harga saham bank islam yang bersangkutan.

Penyebab munculnya risiko reputasi bisa dari mana saja, namun yang terparah jika perusahaan mengalami kasus hukum dan penyimpangan. Reputasi merupakan intangible assets, yang berasal dari akumulasi tindakan, nilai-nilai dan kinerja perusahaan secara bertahap dan dalam jangka waktu yang lama. Risiko ini mengalami ujian, dari waktu ke waktu, dan dapat disebabkan oleh risiko lain, yaitu: risiko hukum, risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko strategik, risiko kepatuhan. Dengan demikian, untuk mengendalikan dan menjaga risiko reputasi, harus menerapkan dan menjaga risiko lainnya agar tidak mengenai perusahaan.<sup>5</sup>

## C. Faktor yang Mempersulit Reputasi Risiko

Kesulitan dalam mengelola risiko reputasi disebabkan oleh empat faktor berikut:

1. Risiko reputasi dapat datang dari berbagai sumber, baik dari dalam perusahaan maupun *supply chain* yang lebih luas, sehingga

---

<sup>5</sup> Rahmani Timorita Yulianti, Manajemen Risiko Perbankan Syari'ah. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. III, No. 2. 2009.

- membuat risiko ini sulit untuk dipantau dan dicari penyebabnya;
2. Sulitnya mendefinisikan dan mengkategorikan risiko reputasi. Risiko reputasi memiliki keunikan tersendiri, dimana risiko ini tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan efek dari kejadian-kejadian operasional bisnis. Hal ini menyebabkan perusahaankesulitan untuk merancang dan mengambil tindakan lanjut terhadap risiko;
  3. Panduan dan masukan mengenai cara pengelolaan risiko reputasi masih relatif langka;
  4. Risiko reputasi sulit untuk diukur. Hal ini disebabkan reputasi merupakan aset tak berwujud yang mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan secara langsung, tetapi melalui transmisi tertentu.

#### **D. Faktor yang Dipengaruhi Risiko Reputasi**

Reputasi merupakan aset penting bagi perusahaan karena reputasi dapat mempengaruhi:

1. Pertimbangan shareholders dalam membeli, menjual, dan menahan saham perusahaan. Reputasi juga akan dijadikan dasar pertimbangan dalam menentukan nilai yang wajar untuk harga saham perusahaan;
2. Keinginan konsumen untuk membeli produk atau jasa dari organisasi. Hal ini nantinya akan mempengaruhi pangsa pasar dan bargaining power perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan;
3. Keinginan supplier untuk membangun partnership. Reputasi menggambarkan kredibilitas perusahaan. Reputasi yang baik dapat membuka peluang bisnis baru bagi perusahaan, melalui datangnya pihak-pihak yang menawarkan kerjasama;
4. Pertimbangan kompetitor untuk masuk ke pasar. Kedatangan kompetitor seringkali membawa tekanan terhadap profitabilitas perusahaan. Reputasi perusahaan yang kuat dapat menimbulkan keengganan bagi kompetitor untuk masuk kedalam industri;
5. Biaya modal. Reputasi akan mempengaruhi kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana baru untuk menjalankan atau mengembangkan operasi usaha;
6. Perekrutan individu yang memiliki potensi. Reputasi yang baik dapat menumbuhkan keinginan individu-individu unggul untuk berkarya di perusahaan tersebut;

Motivasi pekerja. Salah satu pendorong motivasi pekerja adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik dapat menumbuhkan rasa bangga dan mendorong pekerja untuk memiliki etos kerja yang lebih baik. Pentingnya reputasi menuntut organisasi untuk dapat membangun dan mempertahankan reputasi yang baik. Menurut Louisot J.P. dan Rayner J. Reputasi mencakup persepsi dari *stakeholders* mengenai seluruh aspek organisasi. Mereka mengajukan sebuah teori sederhana mengenai bagaimana cara membentuk reputasi yang baik. Teori tersebut menyatakan bahwa reputasi yang baik dapat diperoleh organisasi apabila organisasi tersebut berhasil memenuhi atau melebihi ekspektasi *stakeholders*nya, sedangkan reputasi yang buruk akan diperoleh organisasi apabila mereka tidak dapat memenuhi ekspektasi *stakeholders*.<sup>6</sup>

#### **E. Cara Pengendalian Risiko Reputasi**

Cara pengendalian risiko reputasi yang terbaik adalah dengan melakukan program antisipasi/*preventive action* dan program pemeliharaan reputasi. Risiko Reputasi adalah suatu risiko yang abstrak dan berbentuk intangible asset bagi perusahaan. Penanganan risiko reputasi sebaiknya secara *preventive* karena biaya penyelesaian risiko ini sangatlah besar dan akibatnya dapat merusak serta membunuh perusahaan. Contoh tanda-tanda reputasi yang telah terkena adalah apabila nama perusahaan yang tercemar telah dimuat di sebuah headline surat kabar atau media masa lainnya. Sebelum risiko terjadi secara keseluruhan dan bersamaan, perusahaan perlu melakukan suatu analisis simulasi dengan metode *what if analysis*.

Bila parameter yang dominan mempengaruhi terjadinya risiko, maka dibuat suatu analisis dengan metode stress test. Risiko dihitung berdasarkan kerugian yang akan ditimbulkannya, apakah akan menggerogoti cadangan pembentukan risiko kredit, pasar dan operasional, ataukah sampai menghapuskan keuntungan dan yang paling parah adalah bila dampak risiko telah mengurangi modal hingga menghabiskan modal perusahaan. Hal ini disebut dengan timbulnya *unex pectedrisk*, yang antara lain disebabkan karena cara *strophicrisk* sehingga perusahaan gagal. Tidak jarang

---

<sup>6</sup> Ikatan Bankir Indonesia, Manajemen Risiko 1. PT Gramedia Pustaka Utama. 2012

perusahaan yang demikian dinyatakan berstatus bank *cruptcy*.

#### **IV. KESIMPULAN**

Risiko Reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan stakeholder yang bersumber dari persepsi negatif terhadap Bank. Risiko reputasi juga dimasukkan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 5 tahun 2003 tentang penerapan manajemen risiko bagi bank umum. Pada dasarnya bisnis yang dilakukan oleh bank Islam adalah bisnis kepercayaan. Sebagai lembaga yang mengelola dana masyarakat, bank harus bisa mengelola resiko yang dihadapinya dengan baik. Bank perlu menerapkan strategi manajemen resiko yang andal dalam menghadapi seluruh resiko agar tidak mengalami kegagalan. Dalam memegang amanah dana masyarakat, bank Islam harus mampu meyakinkan nasabah bahwa dana yang telah dititipkan atau diinvestasikan akan dikelola dengan baik. Apabila tidak mampu mengelola resiko yang dihadapinya, bank berpotensi mengalami kerugian. Kerugian ini akan berdampak pada tergerusnya modal bank, kemampuan bank memberikan imbal hasil investasi, dan bahkan berpotensi tidak mampu mengembalikan dana nasabah. Pengawasan Praktik Manajemen Risiko Berdasarkan PBI Nomer 13/23/PBI/2011 tentang Penerapan Manajemen Resiko bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Terdapat sepuluh jenis risiko yang dihadapi bank Islam, yaitu: risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko reputasi, risiko strategis, risiko kepatuhan, risiko imbal hasil, dan risiko investasi. Delapan risiko pertama merupakan risiko umum yang juga dihadapi oleh bank konvensional. Sedangkan dua risiko terakhir merupakan risiko unik yang khusus dihadapi oleh bank Islam

Dalam penerapan manajemen risiko, khususnya risiko reputasi bagi bank syariah, baik secara individual maupun bagi bank secara konsolidasi dengan perusahaan anak paling tidak mencakup hal-hal sebagai berikut yaitu

1. Pengawasan aktif dewan komisaris, direksi, dan DPS,
2. Kebijakan, prosedur, dan penetapan limit
3. Proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko serta SIM risiko

Risiko reputasi terjadi akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank. Adapun cara pengendalian risiko reputasi yang terbaik adalah dengan melakukan program

antisipasi/preventive action dan program pemeliharaan reputasi.

#### **REFERENSI**

- [1] Darmawi, Herman, Manajemen Perbankan, Bumi aksara, Jakarta. 2011
- [2] Wahyudi, Imam, Manajemen Risiko Bank Islam. Salemba Empat. Jakarta 2013.
- [3] Hardanto, Manajemen Risiko Bagi Bank Umum. Jakarta. PT Elex Media Komputindo 2006.
- [4] Rival, Veithzal dan Rifki Ismal, Islamic Risk Management for Islamic Bank. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama 2013.
- [5] Yulianti, Rahmani Timorita, Manajemen Risiko Perbankan Syari'ah. Jurnal Ekonomi Islam. Vol. III, No. 2. 2009.
- [6] Ikatan Bankir Indonesia, Manajemen Risiko 1. Jakarta Pusat. PT Gramedia Pustaka Utama. 2012.