

MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PERBANKAN SYARIAH

Salma Fauziah

*Prodi Ekonomi Syariah STIE Syariah Indonesia Purwakarta
Jln. Veteran no 150-152 Purwakarta 41118 Jawa Barat INDONESIA
salmaafauziah13@gmail.com*

Intisari— Masa depan Perbankan sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen perbankan islam dan menghadapi berbagai perubahan pesat yang terjadi saat ini. Pesatnya informasi dan teknologi serta inovasi keuangan membuat sektor keuangan tempat perbankan islam bernaung semakin menjadi kompleks, dinamis dan kompetitif. Kondisi ini berpotensi meningkatnya risiko terhadap perbankan islam dimana semua risiko ini mutlak harus di kelola. Bank islam harus lebih memulai mengelola risiko tersebut seperti risiko reputasi contohnya. Risiko reputasi itu risiko akibat menurunnya kepercayaan stakeholder yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank dampak kejadian risiko reputasi pada umumnya menyebabkan kerugian non finansial bagi bank. Risiko reputasi terjadi akibat kejadian-kejadian yang merugikan reputasi bank syariah misalnya pemberitaan negatif di media massa, pelanggaran etika, dan keluhan nasabah yang bias menyebabkan risiko reputasi.

Kata kunci— *Manajemen Risiko, Risiko Reputasi, Perbankan Syariah.*

Abstract— The future of Banking is very much determined by the ability of Islamic banking management and facing the rapid changes that occur at this time. The rapid information and technology and financial innovations have made the financial sector in which Islamic banking has become increasingly complex, dynamic and competitive. This condition has the potential to increase risks to Islamic banking where all of these risks must be managed. Islamic banks must start managing these risks more like reputation risk, for example. Reputation risk is a risk due to a decrease in stakeholder confidence stemming from negative perceptions of the bank the impact of the incidence of reputation risk generally causes non-financial losses to the bank. Reputation risk occurs due to events that harm the reputation of Islamic banks such as negative reporting in the mass media, ethical violations, and customer complaints that can cause reputation risk.

Keywords— *Risk Management, Reputation Risk, Sharia Banking.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah yang demikian masif di berbagai negara, telah mengantarkan industri ini pada kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya mengelola risiko yang muncul. Para pegiat perbankan syariah tentu tidak ingin industri perbankan syariah mengalami krisis yang sama seperti yang telah terjadi di perbankan konvensional. Dengan lemahnya sosialisasi ditambah dengan beragam anggapan miring yang berkembang cukup masif menjadikan keberadaan dan kesyariahan bank syariah masih diragukan oleh sebagian masyarakat. Bank syariah memiliki risiko yang lebih kompleks dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak di sektor lainnya. Kompleksitas persoalan perbankan tidak semata menyangkut organ – organ perusahaan tetapi juga melibatkan nasabah dan masyarakat luas serta kondisi stabilitas perekonomian dalam cakupan

yang lebih luas. Risiko dan pelaksanaan manajemen risiko pada perbankan syariah lebih rumit. Dianggap lebih rumit setidaknya disebabkan dua hal, pertama bank syari'ah menghadapi risiko. Sebagaimana risiko yang biasa dihadapi oleh bank konvensional seperti risiko kredit, risiko pasar, risiko reputasi, risiko likuiditas dan risiko operasional. Kedua, risiko-risiko yang disebutkan diatas akan menghadapi kondisi yang berbeda ketika berhadapan dengan kewajiban mematuhi prinsip-prinsip syari'ah.¹

Dari uraian diatas penulis akan menjelaskan Risiko Inheren Reputasi, penerapan manajemen risiko reputasi, dan system pengendalian risiko reputasi.

¹ Herman Darmawi, "Manajemen Perbankan". (Jakarta: Bumi Aksara, 2011). 102.

II. TELAAH/KRITIK TERHADAP FENOMENA RISIKO INHEREN REPUTASI

A. Pengertian Risiko Reputasi

Resiko Reputasi itu resiko akibat menurunnya rasa kepercayaan dari para *stakeholder* yang bersumber dari pemberitaan negatif yang menyebabkan kerugian besar non finansial terhadap lembaga perbankan.² Salah satu pendekatan yang digunakan dalam mengkategorikan sumber risiko reputasi bersifat tidak langsung (*below the line*) dan bersifat langsung (*above the line*) Kelemahan pada tata kelola, budaya perusahaan, dan praktik bisnis perusahaan juga bias menjadi sumber risiko reputasi. Risiko reputasi dibentuk dari berbagai atribut, yaitu : tanggung jawab social, daya tarik emosional, kinerja finansial, produk dan pelayanan, visi dan kepemimpinan, lingkungan tempat kerja.³

semacam paradoks yang berkembang dalam pengelolaan reputasi, bahwa semakin dibutuhkan, reputasi cenderung semakin sulit untuk dikelola yang jelas, kehilangan reputasi yang baik jauh lebih gampang dibanding usaha untuk membangunnya. Sebagian orang menyatakannya dalam metafora, dibutuhkan sepuluh tahun untuk membangun reputasi yang baik, tetapi cukup satu menit saja untuk meruntuhkannya. Mempertahankan reputasi seseorang tidaklah mudah, apalagi mempertahankan reputasi yang baik dari perusahaan.

Adam Joly menyatakan bahwa secara makro kunci dari pengelolaan reputasi adalah: *behave well*. Kelihatannya sederhana, tapi dalam prakteknya tidaklah sesederhana itu. Mengingat reputasi perusahaan merupakan resultan dari pemenuhan terhadap ekspektasi rasional dan ekspektasi emosional masing-masing stakeholder terhadap perusahaan dalam setiap momen interaksinya. Ekspektasi rasional seperti kita ketahui bersama lebih didasarkan atas kinerja atau kualitas dari produk yang dikonsumsi sedangkan ekspektasi emosional lebih didasarkan atas perilaku dan persepsi stakeholder. Stakeholder di sini mencakup karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, LSM, ataupun pemerintah. Padahal, masing-masing stakeholder memiliki derajat kepentingan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Luasnya cakupan khalayak ini mengakibatkan upaya membangun reputasi membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan membangun citra perusahaan.⁴

² Bambang Rianto Rustam, "Manajemen Risiko perbankan syariah Indonesia". (Jakarta:Salemba Empat, 2013) . 234.

³ Ikatan Bankir Indonesia, "Manajemen Kesehatan Bank Berbasis Risiko". (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 82.

⁴ Erni Purnamawati, "warna warni komunikasi". Diakses dari website (belajarkomunikasi2009.blogspot.com/2009/12/mengelola-reputasi.html?m=1), pada tanggal 01/02/2019

Wajar jika belakangan ini makin banyak perusahaan bergiat dalam mengelola reputasinya. Hanya saja, ada beberapa catatan penulis menyikapi fenomena yang terjadi di lapangan. Ada kecenderungan bahwa perusahaan melihat reputasi perusahaan lebih berdasarkan persepsi internal. Akibatnya, perusahaan terjebak dalam perspektif yang menyesatkan. Lantas, bagaimana cara untuk mengetahui seberapa kuat reputasi perusahaan? Dalam hal ini yang dapat dilakukan adalah mengukurnya melalui penelitian pasar. Proses ini dapat menunjukkan di posisi apa reputasi perusahaan jika dibandingkan dengan reputasi para pesaing. Selain itu pengukuran reputasi perusahaan juga dapat menunjukkan sektor mana saja yang perlu diprioritaskan dan secara umum berlaku sebagai road map bagi perjalanan proses pengelolaan reputasi itu sendiri.

B. Pengertian Risiko Inheren Reputasi

Risiko Inheren merupakan risiko yang melekat pada kegiatan bisnis bank syariah, baik yang dapat dikuantifikasikan maupun yang memaparkan mengenai risiko inheren reputasi.⁵

Penulis setuju dengan uraian diatas karena memang reputasi di dalam sebuah lembaga perbankan itu sangat penting karena untuk menjaga juga kepercayaan nasabah, ketika reputasi lembaga perbankan tersebut buruk maka nasabah tersebut tidak lagi menaruh kepercayaan terhadap lembaga perbankan tersebut dan risiko reputasi itu pasti saja terjadi, maka dari itu penulis menyarankan kepada lembaga perbankan agar lebih memperhatikan hal kecil apapun yang berkaitan dengan lembaga perbankan mengenai Reputasi.

C. Indikator Manajemen Reputasi

Diuraikan juga terdapat indikator manajemen reputasi yaitu:

1. Pengaruh reputasi dari pemilik bank dan stakeholder

Indikatornya: kredibilitas pemilik dan perusahaan terkait, kejadian reputasi pada pemilik dan perusahaan terkait

Keterangannya : pengaruh reputasi dari pemilik bank

merupakan salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan risiko reputasi pada bank syariah.⁶

⁵ Michael Hardiman, "Mengenal Risiko Inheren di Industri Perbankan". Diakses dari website (<https://kp.unisbank.ac.id/mengenal-risiko-inheren-di-industri-perbankan-michael-hardiman/>), pada tanggal 27/01/2019

⁶ Bambang Rianto Rustam, "Manajemen Risiko perbankan syariah Indonesia". 244.

Menurut penulis bahwa kredibilitas memang sangat berpengaruh terhadap reputasi suatu perusahaan contohnya seperti ketika suatu bank banyak para nasabahnya karena atas dasar kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Salah satunya ketika para nasabah menyimpan uang atau deposito karena penawaran bunga yang cukup tinggi. Nah, ketika bank tetap stabil dalam pemberian bunga terhadap penyimpanan deposito atau pun pemberian kredit bunga bank. Maka *trust*/kepercayaan para nasabah pun akan tetap loyal terhadap bank tersebut, dan otomatis akan meningkatkan reputasi bank tersebut ini untuk konvensional.

Menurut penulis mempertahankan reputasi suatu lembaga tidak mudah apalagi ini menyangkut reputasi dari pemilik bank dan stakeholder. Stakeholder disini menurut penulis seperti Karyawan, Nasabah dan pemegang saham. Masing-masing stakeholder memiliki peranannya masing-masing dan ini mengakibatkan upaya untuk membangun reputasinya membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan membangun citra perusahaan. contoh reputasi dari karyawan sendiri, karyawan lembaga perbankan harus yang sudah berpengalaman atau yang mempunyai keahlian di bidangnya, itu salah satu hal yang bisa meningkatkan reputasi suatu lembaga perbankan.

2. Pelanggaran Etika Bisnis

Indikatornya : Transparansi informasi keuangan, kerja sama bisnis dengan para pemangku kepentingan lainnya.

Keterangannya : perlu diperhatikan apabila perusahaan melakukan pelanggaran terhadap etika/norma bisnis yang berlaku secara umum.

Menurut pendapat penulis indikator pelanggaran etika bisnis bukan hanya di transparansi informasi keuangan saja, melainkan kebijakan sumber daya bank dan juga pemasaran produk. Pelanggaran etika bisnis ini yang paling sering menyebabkan rendahnya reputasi suatu lembaga perbankan baik itu dari karyawannya maupun pemilik sahamnya sekaligus. Walaupun reputasi suatu lembaga perbankan tersebut sudah tinggi tetap saja pemilik lembaga tersebut harus tetap menjaga reputasinya dengan melakukan etika bisnis yang sesuai. Seperti contoh dari segi pelayanan terhadap nasabah yaitu call center, menyediakan fasilitas yang memadai ketika nasabah menunggu di bank, bisa juga nasabah diberikan asuransi.

3. Kompleksitas produk dan kerja sama bisnis bank syariah

Indikatornya : jumlah dan tingkat penggunaan nasabah atas produk bank syariah yang kompleks, jumlah dan materialitas kerja sama bank syariah dan mitra bisnis.

Keterangannya : produk yang kompleks dan kerja sama dengan mitra bisnis dapat tereskpse pada risiko reputasi apabila terdapat kesalahpahaman penggunaan produk/jasa pada mitra bisnis misalnya jasa perbankan dengan produk reksadana.

Oleh karena itu menurut penulis jumlah tingkat penggunaan nasabah atas produk perusahaan yang kompleks serta jumlah dan materialitas kerjasama perusahaan dengan mitra bisnis dapat memengaruhi risiko reputasi.

4. Frekuensi

Indikatornya : Frekuensi dan materialitas pemberitaan, jenis media dan ruang lingkup pemberitaan.

Keterangannya : frekuensi dan jenis media dan materialitas pemberitaan negatif bank syariah meliputi juga pengurus bank syariah yang diukur selama periode penilaian.

5. Frekuensi dan materialitas keluhan nasabah

Indikatornya : frekuensi keluhan nasabah, materialitas keluhan nasabah

Keterangannya : keluhan nasabah diukur selama periode penilaian.

Menurut penulis banyaknya pengaduan nasabah yang semakin meningkat jangan selalu dilihat sebagai kualitas pelayanan yang menurun tapi harus di teliti dulu kecuali memang bank itu mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang cukup banyak, bias jadi itu yang mneyebabkan bertambahnya jumlah pengaduan nasabah.

III. TELAAH/KRITIK TERHADAP PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO REPUTASI

Sebelum menjelaskan penerapan manajemen risiko reputasi penulis akan menjelaskan terlebih dahulu mengenai dewan komisaris, direksi dan DPS.

Dewan Komisaris bisa dibilang sebagai organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada dewan direksi.⁷

⁷ Wirdyaningsih, "Bank dan Asuransi Islam di Indonesia". (Jakarta: Prenada, 2005). 82.

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

A. Pengawasan aktif dewan komisaris, direksi dan DPS

Bank syariah wajib menerapkan manajemen resiko melalui pengawasan aktif dewan komisaris, direksi, dan DPS untuk resiko 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.⁸

1. Kewenangan dan tanggungjawab dewan komisaris dan direksi

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

b) 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.

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

d) Dewan pengawas syariah harus melakukan evaluasi (review) atas kebijakan manajemen risiko khususnya aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan prinsip syariah.

e) Dewan pengawas syariah harus mengevaluasi pertanggungjawaban direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko khususnya evaluasi (review) atas kebijakan manajemen risiko khususnya aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan prinsip syariah.

f) Dewan pengawas syariah harus mengevaluasi pertanggungjawaban direksi atas pelaksanaan kebijakan manajemen risiko khususnya aspek reputasi yang terkait dengan pemenuhan prinsip syariah.

2. Sumber daya insani

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

Reputasi perusahaan dalam menarik calon karyawan terbaik memang merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dengan seksama, hal tersebut karena jika nantinya perusahaan bisa mendapatkan karyawan yang baik dan juga profesional tentu saja reputasi perusahaan juga akan baik.

Menemukan karyawan terbaik memang merupakan suatu hal yang cukup sulit bagi perusahaan, karena penilaiannya sendiri harus benar – benar detail. Sebagian besar perusahaan memasang iklan di berbagai media seperti Koran, internet dan juga yang lainnya.

Kemudian setelah banyak pelamar kerja yang datang, tentu saja perusahaan harus melakukan tes terlebih dahulu seperti tes tertulis, tes wawancara, tes kesehatan dan yang lainnya. dari hasil tes tersebut nantinya pengetahuan dari pelamar kerja diketahui. Dan jika sudah dilakukan beberapa tes tersebut dan juga sudah ditentukan kualitas dari calon karyawan, tidak hanya sampai di situ melainkan juga diawasi selama bekerja di dalam perusahaan.

Jika perusahaan memiliki karyawan yang memiliki kualitas baik, dalam artian kinerjanya bagus, kemudian juga memiliki attitude yang baik, professional dan yang lainnya tentu saja nantinya akan bisa membuat reputasi perusahaan semakin baik. Jika nantinya reputasi perusahaan baik, tentu saja konsumen/partner kerja dari perusahaan lain akan tertarik dan perusahaan menjadi lebih maju dan berkembang.

3. Organisasi manajemen risiko reputasi

a) Seluruh pegawai termasuk manajemen unit bisnis dan aktivitas pendukung bank syariah harus menjadi bagian dari struktur pelaksanaan manajemen resiko

⁸ Bambang Rianto Rustam, "Manajemen Risiko perbankan syariah Indonesia". 234.

untuk resiko reputasi, mengingat reputasi merupakan hasil dari seluruh aktivitas bisnis bank syariah. Peran manajemen unit bisnis adalah mengidentifikasi resiko reputasi yang terjadi pada bisnis atau aktivitas unit tersebut dan sebagai font linier dalam membangun dan mencegah resiko reputasi, khususnya terkait hubungan dengan nasabah.

- b) Satuan kerja yang melaksanakan manajemen resiko untuk resiko reputasi seperti *corporate secretary*, humas, investor relation, antara lain bertanggung jawab mencakup hal-hal berikut :Menjalankan fungsi kehumasan dan merespon pemberitaan negatif atau kejadian lainnya yang mempengaruhi reputasi bank syariah dan dapat menyebabkan kerugian bank syariah.

B. Kebijakan, prosedur, dan penetapan limit

Bank syariah perlu menambahkan penerapan beberapa hal dalam tiap aspek kebijakan, prosedur dan penetapan limit dalam menetapkan prosedur, kebijakan dan penetapan limit untuk resiko reputasi mencakup hal-hal berikut: Strategi manajemen resiko, Tingkat rasio yang akan diambil (*risk appetite*) dan toleransi resiko (*risk tolerance*).

1. Kebijakan dan prosedur

- a) 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 resiko reputasi.
- b) 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.
- c) Bank syariah harus mempunyai protokol khusus untuk pengelolaan reputasi pada saat krisis sehingga dapat dengan cepat mengantisipasi peningkatan resiko reputasi disaat krisis. Penilaian atas faktor ini

mencakup struktur manajemen krisis dan prosedur manual manajemen krisis.

Penulis sangat setuju dengan penjelasan diatas karena kebijakan dan prosedur itu adalah 2 hal yang penting yang harus ada pada lembaga perbankan untuk menghindari resiko reputasi dan memang benar didalam membuat kebijakan dan prosedur itu harus transparansi agar tidak ada kesalahpahaman antara stakeholder.

2. Limit

Limit resiko reputasi secara umum bukan merupakan limit yang dapat dikuantifikasi secara finansial. Sebagai contoh limit waktu merespon keluhan nasabah dan waktu menunggu dalam antrean untuk mendapat pelayanan.

C. Proses Identifikasi, pengukuran, Pemantauan dan Pengendalian Risiko serta Sistem Informasi Manajemen Risiko

Perusahaan harus segera menindaklanjuti dan mengatasi adanya keluhan nasabah dan gugatan hukum yang dapat meningkatkan eksposur resiko reputasi. Perusahaan harus mengembangkan mekanisme yang andal dalam melakukan tindakan pengendalian resiko reputasi yang efektif. Secara umum pengendalian resiko reputasi dapat dilakukan melalui 2 hal, yaitu pencegahan terjadinya kejadian yang menimbulkan resiko reputasi yang secara umum dilakukan melalui tanggung jawab sosial perusahaan yaitu serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk pemberdayaan masyarakat dalam bentuk kegiatan kepentingan terhadap perusahaan dan komunikasi.

Identifikasi resiko dilakukan terhadap seluruh aktivitas bisnis Bank dan dilakukan dalam rangka menganalisa sumber dan kemungkinan timbulnya resiko dan dampaknya terhadap Bank. Sementara itu pengukuran resiko dilakukan untuk mengukur eksposur resiko Bank sebagai acuan untuk melakukan pengendalian resiko. Pengukuran resiko dilakukan secara berkala baik untuk produk dan portofolio transaksi maupun seluruh aktivitas bisnis Bank.

Pemantauan terhadap hasil pengukuran resiko dilakukan oleh unit kerja pelaksana maupun oleh Risk Management Group. Hasil pemantauan disajikan dalam laporan berkala yang disampaikan kepada Manajemen dalam rangka mitigasi resiko dan tindakan yang diperlukan.

IV. TELAHAH/KRITIK TERHADAP SISTEM PENGENDALIAN RISIKO REPUTASI

Perusahaan perlu meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku dalam rangka mengendalikan risiko reputasi. Perusahaan juga perlu mengatasi adanya keluhan nasabah dan gugatan hukum yang dapat meningkatkan eksposur risiko reputasi dengan melakukan komunikasi dengan nasabah atau pihak lain untuk menghindari masalah hukum. Penanganan risiko reputasi sebaiknya secara preventive karena biaya penyelesaian risiko ini sangatlah besar dan akibatnya dapat merusak serta membunuh perusahaan.⁹ Contoh tanda-tanda reputasi yang telah terkena adalah apabila nama perusahaan yang tercemar telah dimuat di sebuah headline surat kabar atau media massa lainnya. Sebelum risiko terjadi secara keseluruhan dan bersamaan, perusahaan perlu melakukan suatu analisis simulasi dengan metode what if analysis.¹⁰

V. TELAHAH/KRITIK TERHADAP KASUS RISIKO REPUTASI

PT Yurita Tersayang memiliki laba kotor sebesar 5 milyar. Perusahaan ini menetapkan model internal. Komite manajemen risiko telah menetapkan *loss given event* (LGE) sebesar 15%. Kebijakan indikator eksposur ditetapkan sebagai berikut:

Bentuk Risiko

1. Pemberitaan negatif di media
Nominalnya 3 miliar
Indikator eksposurnya total biaya promosi tahun sebelumnya.
2. Pelanggaran etika
Nominalnya 2 miliar.
Indikator eksposurnya total biaya promosi tahun sebelumnya
3. Keluhan di media
Nominalnya 2 miliar
Indikator eksposurnya total biaya promosi tahun sebelumnya.

Indikator eksposur adalah nilai atau volume dari suatu aktivitas tertentu yang mewakili volume atau nilai keseluruhan aktivitas operasional perusahaan dan nilai ini diperoleh pada akhir hari pengukuran risiko reputasi.

Besaran probabilitas risiko reputasi biasanya didefinisikan sebagai berikut:

TABEL I

Probabilitas Risiko Reputasi

Peluang	Persentase
Sangat Rendah	<1,25%
Rendah	1,25-2,5%
Sedang	2,5-10%
Tinggi	10-20%
Sangat Tinggi	>20%

Dari tabel Diatas dapat disimpulkan bahwa probabilitas risiko reputasi itu ada berbagai macam peluangnya termasuk ada pula persentasi tiap-tiap peluang. Yaitu ketika peluang nya sangat rendah itu hanya kurang dari 1,25%, ketika rendah itu cukup 1,25-2,5%, ketika sedang sampai 2,5-10%, jika tinggi mencapai 10-20%, sedangkan ketika peluangnya sangat tinggi itu bisa mencapai lebih dari 20%.

Probabilitas risiko reputasi perusahaan ditetapkan 0,09. Laba kotor perusahaan adalah Rp5.000.000. Hitunglah kerugian yang diperkirakan dan total risiko reputasinya.

Pembahasan:

Kerugian yang diperkirakan adalah rata-rata probabilitas dengan LGE dan indikator eksposur. Kerugian yang diperkirakan adalah :

1. Pemberitaan Negatif
Dengan rincian sebagai berikut:
Tentang Pegawai (Probabilitas 0,09)
Tentang kinerja Perusahaan (Probabilitas 0,09)
Produk Perusahaan (Probabilitas 0,09)
Rata-rata (Probabilitas 0,09, LGE 0,15,
Indikator eksposur 3.000.000.000, kerugian yang diperkirakan 40.500.000)
2. Pelanggaran Etika
Dengan rincian sebagai berikut:
Tidak transparan (Probabilitas 0,09)
Bisnis yang tidak etis (Probabilitas 0,09)
Rata-rata (Probabilitas 0,09, LGE 0,15,
Indikator eksposur 2.000.000.000, kerugian yang di perkirakan 27.000.000)
3. Keluhan dari media
Dengan rincian sebagai berikut:
Dari nasabah (Probabilitas 0,09)
Dari karyawan (Probabilitas 0,09)
Dari rekan (Probabilitas 0,09)
Rata-rata (Probabilitas 0,09, LGE 0,15,
Indikator eksposur 2.000.000.000, kerugian yang diperkirakan 27.000.000.000)

Jumlah :

Kerugian yang diperkirakan adalah 94.500.000
Risiko reputasi 31.500.000

⁹ Gayatri, "Manajemen Risiko Stabilitas Finansial". (Jakarta: Yayasan Pengembangan Perbankan Indonesia, 2010). 75.

¹⁰ Herman Darmawi, "Manajemen Perbankan". (Jakarta: Bumi aksara, 2010). 108.

Jadi kesimpulan yang dapat diambil dari data diatas yaitu Risiko Reputasi perusahaan sebesar Rp31.500.000 atau 0,63% dari laba kotor (Rp31.500.000/Rp5.000.000.000). dengan demikian, risiko reputasi perusahaan dikategorikan sangat rendah.

VI. KESIMPULAN

Risiko reputasi itu risiko akibat menurunnya kepercayaan stakeholder yang bersumber dari persepsi negatif terhadap bank dampak kejadian risiko reputasi pada umumnya menyebabkan kerugian non finansial bagi bank. Risiko reputasi terjadi akibat kejadian-kejadian yang merugikan reputasi bank syariah misalnya pemberitaan negatif di media massa, pelanggaran etika, dan keluhan nasabah yang bias menyebabkan risiko reputasi, Maka dari itu terdapat beberapa indikator manajemen risiko reputasi yaitu : Pengaruh reputasi dari pemilik bank dan stakeholder, Pelanggaran Etika Bisnis dan Kompleksitas produk dan kerja sama bisnis bank syariah. dan juga dalam proses manajemen risiko reputasi harus menerapkan alur diantaranya itu : Risiko Inheren Reputasi, penerapan manajemen risiko reputasi dan Sitem pengendalian risiko reputasi.

Penerapan Manajemen Risiko Reputasi terdapat beberapa yaitu : Pengawasan aktif dewan komisaris, direksi dan DPS, kebijakan, prosedur dan penetapan limit dan yang terakhir yaitu proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko serta Sistem Informasi Manajemen Risiko.

Dalam risiko reputasi harus adanya suatu pengendalian salah satunya perusahaan harus meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku dalam rangka mengendalikan risiko reputasi. Perusahaan juga harus mengantisipasi adanya keluhan dari nasabahan gugatan hukum.

UCAPAN TERIMAKASIH

Syukur Alhamdulillah senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang memiliki keistimewaan dan pemberian segala kenikmatan besar, baik nikmat iman, kesehatan dan kekuatan. Salawat dan salam senantiasa turunkan kepada *Sayyidina* Muhammad SAW. keluarga dan para sahabatnya dan penegak sunnah-Nya sampai kelak akhir zaman.

Pada kesempatan kali ini ijin saya untuk mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang pertama terimakasih kepada orang tua yang selalu mensupport dan mendoakan untuk kelancaran membuat jurnal ini, terimakasih kepada Bapak

Jalaludin,S.E.Sy, M.E. Yang telah membantu dan mendidik saya atas terselesaikannya jurnal ini yang merupakan ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya pribadi, terimakasih untuk teman-teman saya yang sudah mendukung dan membantu dalam kelancaran pembuatan jurnal ini dan terimakasih kepada pihak kampus yang sudah menyiapkan fasilitas dan ikut mensupport saya dalam mengerjakan jurnal ini. Semoga Allah selalu memberikan keberkahan kepada kita semua dan semoga kita tergolong dalam orang-orang yang bertaqwa.

REFERENSI

- Bambang Rianto Rustam, Manajemen Risiko perbankan syariah Indonesia. Jakarta:Salemba Empat, 2013.
- Darmawi Herman, Manajemen Perbankan. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Gayatri, Manajemen Risiko Stabilitas Finansial. Jakarta: Yayasan Pengembangan Perbankan Indonesia, 2010.
- Hardiman Michael, Mengenal Risiko Inheren di Industri Perbankan. Diakses dari website (<https://kp.unisbank.ac.id/mengenal-risiko-inheren-di-industri-perbankan-michael-hardiman/>), pada tanggal 27/01/2019
- Ikatan Bankir Indonesia, Manajemen Kesehatan Bank Berbasis Risiko. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purnamawati Erni, warna warni komunikasi. Diakses dari website (belajarkomunikasi2009.blogspot.com/2009/12/mengelola-reputasi.html?m=1), pada tanggal 01/02/2019
- Wirdyaningsih, Bank dan Asuransi Islam di Indonesia. Jakarta: Prenada, 2005.