

---

## MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PERBANKAN SYARIAH

Chairul Fatihin S\*

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: chairulfatihins2525@gmail.com

---

### Article Info

#### Article history:

Received: February 05,  
2024

Accepted: March 24, 2024

Published: March 27,  
2024

Page: 27-36

#### Keyword:

*inherent\_risk,*  
*risk\_management,*  
*islamic\_commercial*

#### \*Corresponding Author

Chairul Fatihin S

### Abstract

*Inherent risk in Islamic banking refers to risks arising from business activities that can impact the bank's financial position, whether measurable or not. Reputation risk is a critical concern, influenced by factors such as ineffective communication strategies and negative media coverage. This risk affects not only individual banks but the entire Islamic banking industry, as a negative event involving one bank can damage the reputation of others. Effective risk management requires active oversight by the board of commissioners, management, and the Sharia Supervisory Board (DPS), alongside clear policies, risk limits, and methods for identification, measurement, and control. The most effective approach to managing reputation risk is through proactive prevention and reputation maintenance programs. Reputation is an intangible yet valuable asset for Islamic banks, and addressing reputational risk preventively is crucial, given the high costs and potential industry-wide damage that can result from reputational crises.*

Risiko inheren dalam perbankan syariah adalah risiko yang timbul dari aktivitas bisnis yang dapat memengaruhi posisi keuangan bank, baik yang dapat diukur maupun tidak. Risiko reputasi menjadi perhatian utama, dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang kurang efektif dan pemberitaan media negatif. Risiko ini tidak hanya berdampak pada bank individu, tetapi juga industri perbankan syariah secara keseluruhan, karena kejadian negatif pada satu bank dapat merusak reputasi bank lain. Manajemen risiko yang efektif membutuhkan pengawasan aktif dari dewan komisaris, manajemen, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS), disertai kebijakan jelas, batas risiko, serta metode identifikasi, pengukuran, dan pengendalian. Pendekatan terbaik untuk mengelola risiko reputasi adalah melalui program pencegahan proaktif dan pemeliharaan reputasi. Reputasi adalah aset tak berwujud yang sangat berharga bagi bank syariah, sehingga penanganan risiko reputasi secara preventif sangat penting mengingat biaya tinggi dan potensi kerusakan luas yang dapat ditimbulkan oleh krisis reputasi.

---

*Copyright* © 2024 The authors. JTMSI is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## Pendahuluan

Selaku bagian upaya yang beranjak di aspek pelayanan yang highly regulated hingga keyakinan pelanggan kepada bank ialah aspek elementer yang memastikan kelangsungan bidang usaha bank. Keyakinan pelanggan kepada bank itu amat terkait anggapan pelanggan kepada pandangan serta nama baik bank. Dengan begitu salah satu resiko yang dialami oleh industri serta berarti buat diatur merupakan resiko nama baik (reputation risk). Nama baik bisa diakui selaku resiko itu sendiri ataupun selaku akibat yang disebabkan resiko lain (resiko angsuran, resiko pasar, resiko liquiditas, resiko operasional, resiko hukum serta resiko strategik) ataupun keduanya. Resiko nama baik timbul selaku dampak dari kegiatan operasional yang mempunyai akibat operasional serta finansial itu. Bagaimanapun, tiap resiko bidang usaha serta prosesnya bisa pengaruhi nama baik, tetapi resiko nama baik dengan cara biasa mencakup kesempatan serta tantangan yang mempunyai format benar serta sosial (penuh emosi) lebih besar dibanding dengan cuma resiko finansial serta operasional semata<sup>[1]-[2]</sup>.

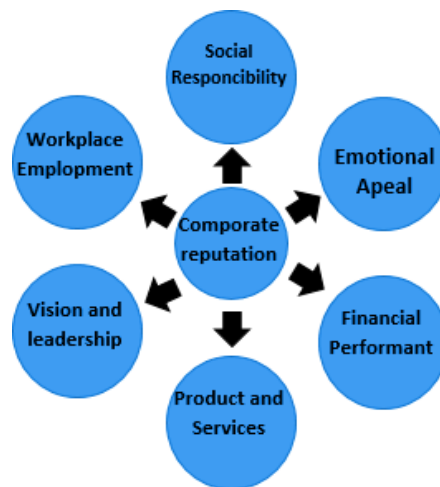
Bila resiko nama baik tidak diatur dengan bagus serta efisien, pada gilirannya hendak berakibat besar pada kemampuan bidang usaha. Nama baik bank yang kurang baik hendak mendesak pelanggan buat berpindah ke bank lain dengan nama baik yang lebih bersih. Dengan begitu, bahaya kepada nama baik, bagus jelas ataupun anggapan, bisa memusnahkan julukan bagus industri yang sudah dibentuk bertahun-tahun<sup>[3]</sup>. Tidak kelewatan apabila dibilang resiko nama baik merupakan perkara hidup serta mati bank<sup>[4]</sup>.

Dengan bawah pandangan diatas serta niat Bank buat mengimplementasikan aturan mengurus industri yang segar (good corporate governance) serta melakukan guna pengenalan, pengukuran, kontrol dan pengaturan resiko cocok Peraturan Bank Indonesia Nomor. 5 atau 8 atau PBI atau 2003 bertepatan pada 19 Mei 2003 mengenai Aplikasi manajemen Resiko Untuk Bank Biasa tercantum didalamnya manajemen resiko nama baik, hingga disusunlah catatan Manajemen Resiko Nama baik. Perihal itu dimaksudkan supaya kegiatan upaya Bank tidak memunculkan kehilangan yang melampaui keahlian Bank ataupun yang bisa mengusik kesinambungan upaya Bank. Buat itu hingga Bank wajib mengutip langkah-langkah perencanaan penerapan pengelolaan resiko reputasinya<sup>[6]</sup>.

## Pengertian Risiko Reputasi

Efek Nama baik Julukan bagus suatu bank (banking reputation) ialah arsip pemikiran bank di isi kepala khalayak atau stakeholders. Julukan bagus membalikkan asumsi khalayak terkait perihal tindakan-aksi suatu bank. Efek julukan bagus disebabkan adanya pemberitahuan kurang yang berhubungan dengan kegiatan bank atau asumsi kurang pada suatu bank. Efek julukan bagus suatu bank syariah biasanya terangkai kala klien merasa kecewa pada bank syariah setelah itu melakukan keluhan, baik dengan metode langsung (pada bank syariah itu) atau tidak langsung (lewat word-to-mouth dan perlengkapan massa). Insiden yang dapat mendatangkan efek julukan bagus misalnya pelayanan bank syariah yang tidak pakar, marjin yang mencekik leher, pegawai yang berpakaian seksi, pegawai yang tidak mengidentifikasi akad-akad syariah dan serupanya. Yang amat kronis apabila efek julukan bagus itu mencuat karena pelanggaran pemikiran syariah. Bagi regulasi, resiko nama baik merupakan resiko dampak menyusutnya tingkatan keyakinan para pengelola kebutuhan yang berasal dari anggapan negatif terhadap bank syariah. Resiko ini mencuat antara lain sebab terdapatnya pemberitaan alat serta atau ataupun rumor hal bank syariah yang bertabiat minus, dan terdapatnya strategi komunikasi bank syariah yang kurang efisien<sup>[7]</sup>.

Keadaan yang amat mempengaruhi kepada nama baik antara lain manajemen, pemegang saham, jasa yang diadakan, aplikasi prinsip-prinsip syariah, serta pengumuman. Bila manajemen dalam pemikiran para pengelola kebutuhan ditaksir bagus, resiko nama baik jadi kecil. Demikian juga industri dipunyai oleh pemegang saham yang kokoh, hingga resiko nama baik pula kecil. Resiko nama baik jadi besar kala pelayanannya kurang bagus<sup>[8]</sup>. Aplikasi prinsip-prinsip syariah haruslah dilaksanakan dengan cara bertanggung jawab supaya tidak mencuat evaluasi minus kepada aplikasi sistem syariah yang bisa menyebabkan tampaknya pengumuman minus alhasil hendak meningkatkan tingkatan resiko nama baik. Oleh sebab itu, semua bank syariah wajib mewaspadaikan keadaan yang dapat menimbulkan turunnya nama baik antara lain: kekeliruan manajemen, melanggar peraturan, melanggar ajaran Badan Syariah Nasional (DSN), kasus finansial, kurang profesional, bagus dalam pengurusan ataupun jasa, integritas yang diragukan, serta penampilan finansial yang kurang bagus<sup>[9]</sup>.



Gambar 1. Dasar Reputasi

Sumber: wahyudi 2019

Tidak hanya ciri itu, sebagian perihal yang pula bisa jadi bawah nama baik, ialah komunikasi, tindakan handal, keyakinan khalayak, inovasi produk, tanggung jawab sosial, mutu layanan pelanggan, responsif kepada korban balik khalayak selaku bawah nama baik. Kekandasan manajemen resiko nama baik bisa memunculkan pencabutan megah anggaran pihak ketiga, memunculkan permasalahan likuiditas, ditutupnya bank oleh daulat, serta apalagi dapat hadapi kehancuran. Oleh sebab itu, tujuan penting Manajemen Resiko Nama baik merupakan buat mengestimasi serta meminimalkan akibat kehilangan dari resiko nama baik bank syariah. Resiko nama baik dalam bidang usaha bisa berasal dari bermacam kegiatan bidang usaha bank syariah yang mencakup keadaan selaku selanjutnya.

1. Insiden yang sudah mudarat nama baik bank syariah, misalnya pemberitaan minus di alat massa, pelanggaran etika bidang usaha, serta keluhkesah pelanggan.
2. Keadaan lain yang bisa menimbulkan resiko nama baik, misalnya kelemahan-kelemahan pada aturan mengurus, adat industri, serta aplikasi bidang usaha bank syariah<sup>[5]</sup>.

Dalam waktu pendek, resiko nama baik memanglah tidak memunculkan akibat langsung dengan cara keuangan. Tetapi dalam waktu jauh hendak amat

terasa. Perlahan menghanyutkan. Bagian yang amat dijauhi merupakan kala resiko nama baik menggerogoti tingkatan keyakinan pelanggan. Sebab pada biasanya, bank tercantum pabrik yang mempunyai kepekaan besar kepada keyakinan khalayak ataupun warga biasa. Saking berartinya, resiko nama baik pula dimasukkan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor. 5 tahun 2003 mengenai Aplikasi manajemen resiko untuk bank biasa. Apalagi suatu riset melaporkan 84% responden ekuivalen kepala negara ketua pabrik finansial dalam 5 tahun terakhir fokus pada pengurusan resiko reputasinya<sup>[10]</sup>.

Semacam yang telah ditafsirkan di dini, Bank syariah mempunyai resiko nama baik yang lebih berat bobotnya dibanding dengan bank konvensional. Sebab warga tidak cuma memandangi pandangan operasional namun pula kebatinan. Terlebih baya pabrik perbankan syariah sedang belia, belum hingga 2 dekade. Ditambah lagi pangsa pasarnya yang sedang gendut di arena perbankan nasional. Apalagi dengan size pabrik yang sedang kecil, nama baik minus dapat berakibat sistematis pada pabrik finansial syariah. Oleh sebab itu bank syariah wajib mempunyai manajemen nama baik yang bagus. Mengatur Resiko Nama baik Pengurusan resiko nama baik dalam bank syariah paling tidak terdapat 3 perihal ialah; Awal, Maksimalkan bagian aduan pelanggan. Tiap aduan pelanggan wajib lekas ditindak lanjuti. Janganlah hingga bank syariah acuh tak acuh, buntutnya pelanggan mengadu ke pihak lain apalagi sampai ke alat massa (Misalnya: melalui kolom Pesan Pembaca). Sebab pada dasarnya aduan yang tidak digubris hendak semacam bom durasi, sesuatu dikala hendak meledak ataupun semacam filosofi ketuk ular, gampang menabur. Kedua, Optimalisasi kedudukan *Public Relation* (PR)<sup>[9]-[10]</sup>.

Kedudukan PR merupakan buat mengonsepsi serta mengorganisir strategi komunikasi yang bermuatan pesan-pesan yang pas buat *audience* untuk melindungi nama baik serta meminimalisir resiko nama baik. Ketiga, Menjunjung besar kaidah syariah. Aplikasi kaidah syariah tidak cuma pada produk serta layanan. Namun pula pada sikap (*attitude*) SDM bank syariah. Resiko nama baik tidak hendak bertengger ke bank syariah bila bank syariah mempraktikkan prinsip Good Corporate Governance dengan sungguh-sungguh. Prinsip-prinsip GCG merupakan kesamarataan, kejernihan, akuntabilitas serta responsibilitas<sup>[8]</sup>.

Aplikasi GCG hendak memenuhi prinsip kehati-hatian (*prudential banking*). Tercantum pula pelampiasan kaidah-kaidah syariah (*sharia principle*) yang mengarah pada fatwa-fatwa Badan Malim Indonesia (MUI). Tidak hanya itu SDM bank syariah selaku pelopor mesin bank syariah pula wajib mempunyai profesionalisme serta integritas yang besar. SDM bank syariah wajib melakukan adat kegiatan serta isyarat etikanya (*code of conduct*).

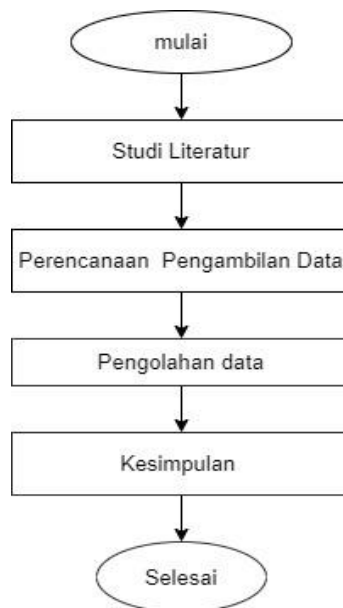
Serta yang penting, SDM syariah turut menjaga kesyariahan bank syariah dengan mempunyai uraian serta wawasan yang bagus di aspek perbankan syariah. Terakhir langkah-tahap bank syariah buat memitigasi resiko nama baik wajib di back up dengan corporate communication yang efisien<sup>[7]</sup>. Nama baik bank syariah dibentuk pula oleh nilai-nilai keislaman. Janganlah hingga terjalin resiko nama baik pada bank syariah sebab resiko nama baik itu tidak cuma hendak menjatuhkan image bank syariah itu namun pula pabrik perbankan syariah. Oleh sebab itu manajemen nama baik wajib diaplikasikan bank syariah bagus pada lembaganya ataupun pada SDMnya.

## Risiko Inheren

Resiko inheren ialah resiko yang menempel pada aktivitas bidang usaha bank syariah, bagus yang bisa dikuantifikasikan ataupun yang tidak, yang berpotensi mempengaruhi posisi finansial bank Akibat nama baik dari owner bank serta industri terpaut, integritas owner serta industri terpaut dan peristiwa nama baik pada owner serta perusahaanterkait. Akibat nama baik atau informasi minus dari owner bank serta ataupun industri terpaut dengan bank syariah ialah salah satu aspek yang bisa menimbulkan kenaikan resiko nama baik pada bank syariah. Pelanggaran etika bidang usaha, pelanggaran etika nampak antara lain lewat keadaan ialah taransparansi data finansial serta kerjasama bidang usaha dengan para pengelola kebutuhan yang lain<sup>[5]-[6]</sup>. Dalam perihal ini yang butuh dicermati bila bank syariah melaksanakan pelanggaran kepada etika atau norma- norma bidang usaha yang legal dengan cara biasa. Kerumitan produk serta kegiatan serupa bidang usaha bank syariah, patokan ataupun penanda yang mempenga- ruhinya merupakan jumlah serta tingkatan pemakaian pelanggan atas produk bank syariah yang lingkungan. Dan jumlah serta materialitas kegiatan serupa bank syariah dengan kawan kerja bidang usaha. Produk yang lingkungan serta kegiatan serupa dengan kawan kerja bidang usaha bisa terbuka pada resiko nama baik bila ada kekeliruan pahaman pemakaian produk atau pelayanan ataupun pemberita- an minus pada kawan kerja bidang usaha, antara lain pada produk bancaassurance serta reksa anggaran<sup>[10]</sup>.

Gelombang mempunyai patokan atau penanda semacam gelombang serta materialitas pemberitaan, tipe alat serta ruang lingkup pemberitaan. Gelombang serta tipe alat serta materialitas pemberitaan minus bank syariah mencakup pula pengasuh bank syariah, yang diukur sepanjang rentang waktu evaluasi. Gelombang serta materialitas keluhan pelanggan mempunyai patokan atau penanda semacam gelombang keluhan pelanggan serta materialitas keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan diukur sepanjang rentang waktu penilaian<sup>[9]</sup>.

**Metode Penelitian**



Gambar 2. Flowchart Penelitian  
 Sumber: Data Pribadi

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Penerapan Manajemen Risiko

Bank syariah wajib menerapkan manajemen risiko melalui pengawasan aktif oleh badan komisaris, dewan direksi, serta Dewan Pengawas Syariah (DPS) khususnya terhadap risiko reputasi. Pengawasan ini tidak hanya bersifat rutin, tetapi juga harus diikuti dengan peningkatan kualitas aplikasi pengendalian risiko dalam setiap aspek pengawasan. Hal ini mencakup pemantauan menyeluruh terhadap kebijakan, prosedur, dan pelaksanaan pengelolaan risiko reputasi yang dilakukan oleh seluruh pihak terkait. Pengawasan aktif yang terpadu antara badan komisaris, dewan, dan DPS menjadi kunci dalam memastikan bahwa risiko reputasi dapat diidentifikasi, diukur, dan dikendalikan secara efektif. Dengan demikian, bank syariah dapat meminimalkan dampak negatif dari risiko nama baik yang berpotensi merugikan institusi dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan syariah secara keseluruhan. Implementasi pengawasan aktif ini harus menjadi bagian integral dalam strategi manajemen risiko bank syariah. Berikut ini jenis risiko yang ada:

Tabel 1. Jenis Risiko

Jenis-jenis risiko	Pengertian
Kinerja	Produk tidak berfungsi seperti yang di rancangan
Keuangan	Pembelian akan mengakibatkan kerugian finansial
Psikologi	Penggunaan produk mengakibatkan tidak konsistennya pelanggan
Waktu	Membuang banyak waktu pembeli dalam mengambil keputusan
Fisik	Menimbulkan risiko keselamatan dan kesehatan
Sosial	Menyebabkan hilangnya status sosial seseorang

Kewenangan dan tanggung jawab dewan komisaris serta direksi merupakan aspek krusial dalam manajemen risiko reputasi di bank syariah. Badan komisaris dan dewan wajib memberikan perhatian khusus pada penerapan manajemen risiko nama baik oleh unit terkait seperti corporate secretary, humas, dan bagian usaha terkait. Mereka harus bertindak secara profesional dan menjaga etika bisnis agar menjadi teladan dalam menjaga reputasi bank. Dewan juga bertanggung jawab menetapkan kebijakan dan pembagian tugas yang jelas terkait penyampaian informasi kepada pelanggan dan pemangku kepentingan sesuai dengan kerangka pengelolaan risiko reputasi. Selain itu, Dewan Pengawas Syariah (DPS) memiliki peran penting dalam melakukan penilaian atas kebijakan manajemen risiko, terutama yang berkaitan dengan penerapan prinsip syariah, dan mengevaluasi pertanggungjawaban dewan dalam hal tersebut. Pangkal daya insani (SDM) yang memadai juga esensial untuk mendukung manajemen risiko reputasi secara menyeluruh. Semua karyawan, termasuk manajemen dan bagian pendukung, harus berperan aktif dalam mengenali risiko reputasi yang muncul dari aktivitas usaha mereka. Manajemen bagian usaha harus mampu mengidentifikasi risiko dan bertindak sebagai garis depan dalam mencegah risiko reputasi, terutama yang terkait dengan hubungan pelanggan. Fungsi humas, corporate secretary, dan hubungan investor bertanggung jawab untuk merespons pemberitaan negatif dan kejadian yang dapat merugikan nama baik bank, serta mengkomunikasikan informasi penting kepada stakeholder seperti pelanggan, investor, dan masyarakat.

Dalam hal kebijakan, bank syariah harus mengembangkan kebijakan, metode, dan batasan risiko reputasi yang sesuai dengan prinsip umum manajemen risiko. Strategi manajemen risiko reputasi harus jelas, mencakup tingkat risiko yang dapat diterima (risk appetite) dan tingkat toleransi risiko (risk tolerance). Kebijakan dan prosedur yang terdokumentasi harus transparan dan mendukung peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya. Kebijakan komunikasi yang efektif sangat penting untuk menangani informasi negatif atau yang berpotensi

merugikan secara tepat waktu, termasuk penerapan strategi pemanfaatan alat komunikasi yang efisien. Selain itu, bank harus memiliki aturan khusus untuk pengelolaan reputasi dalam situasi darurat, termasuk manajemen krisis dan prosedur tanggap darurat yang dapat segera menilai dan merespons peningkatan risiko reputasi. Pengukuran dan pengenalan risiko reputasi harus dilakukan secara sistematis. Bank wajib mencatat dan mengelola setiap kejadian yang berkaitan dengan risiko reputasi dalam bentuk administrasi informasi yang dapat dianalisis untuk mengukur potensi kerugian dalam rentang waktu tertentu. Sumber data yang digunakan dapat berasal dari media massa, situs web, analisis media sosial, aduan pelanggan, dan survei kepuasan pelanggan. Kontrol risiko reputasi dilakukan dengan cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan dan tuntutan hukum yang dapat meningkatkan eksposur risiko reputasi.

Dalam upaya pengendalian risiko, bank harus menerapkan dua pendekatan utama, yaitu pencegahan dan pemulihan. Pencegahan mencakup tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberdayaan masyarakat melalui aktivitas ekonomi dan sosial yang dapat meningkatkan citra positif bank. Komunikasi rutin dengan pemangku kepentingan juga penting untuk membangun dan memelihara reputasi yang baik. Setelah terjadinya insiden yang merugikan reputasi, bank harus melakukan tindakan pemulihan untuk memperbaiki nama baik dan mencegah kerusakan lebih lanjut. Mitigasi risiko reputasi dilakukan dengan mempertimbangkan materialitas kasus dan biaya yang mungkin timbul, namun risiko reputasi dapat diterima selama masih sesuai dengan tingkat risiko yang ditetapkan. Sistem Informasi Manajemen Risiko (SIMR) reputasi juga harus dimiliki oleh bank syariah secara komprehensif. SIMR harus mencakup prosedur pencatatan dan pelaporan risiko reputasi secara rutin, baik melalui dokumentasi manual maupun elektronik, yang disampaikan dalam rapat dewan atau manajemen. Selain itu, bank perlu memiliki sistem peringatan dini untuk memberi tanda kepada manajemen agar dapat mengambil respons dan tindakan mitigasi yang diperlukan secara cepat dan efektif. Dengan pengelolaan yang terstruktur dan berkelanjutan, bank syariah dapat menjaga dan meningkatkan reputasinya sebagai aset tak berwujud yang sangat berharga bagi keberlangsungan bisnis dan kepercayaan publik.

## 2. Dampak Terbentuknya Risiko Reputasi

Risiko nama baik merupakan dampak dari menurunnya tingkat kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap bank, yang timbul akibat persepsi negatif terhadap institusi tersebut. Pemangku kepentingan bank tidak hanya mencakup pelanggan dan debitur, tetapi juga investor, regulator, serta masyarakat umum, termasuk mereka yang belum menjadi nasabah. Faktor-faktor yang memengaruhi reputasi bank meliputi kualitas manajemen, layanan yang diberikan, kepatuhan terhadap peraturan, serta kompetensi institusi secara keseluruhan. Semua aspek ini berperan penting dalam membangun dan menjaga nama baik bank di mata publik. Risiko nama baik dapat muncul karena berbagai penyebab, salah satunya adalah adanya pemberitaan negatif dari media maupun rumor yang beredar mengenai bank. Selain itu, strategi komunikasi yang kurang efektif dalam menghadapi isu-isu tersebut turut memperburuk situasi. Ketika sebuah bank syariah menerima kabar negatif, hal ini tidak hanya berdampak pada bank tersebut, tetapi juga dapat mencemari reputasi bank-bank syariah lainnya yang tidak terlibat dalam masalah tersebut. Dampak dari reputasi buruk ini meluas pada aspek keuangan, seperti penurunan keuntungan, gangguan likuiditas, serta fluktuasi harga saham yang dapat merugikan investor dan stabilitas industri secara keseluruhan.

Sumber risiko nama baik bisa berasal dari berbagai sisi, namun yang paling kritis adalah saat industri menghadapi permasalahan hukum atau pelanggaran aturan yang serius. Nama baik merupakan aset tak berwujud yang terbentuk melalui akumulasi tindakan, nilai-nilai, dan kapabilitas institusi secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang. Risiko reputasi bersifat dinamis dan terus diuji oleh perubahan kondisi internal dan eksternal. Risiko nama baik ini juga sering kali merupakan efek lanjutan dari risiko-risiko lain, seperti risiko hukum, risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko strategis, dan risiko kepatuhan. Oleh karena itu, pengelolaan risiko nama baik harus dilakukan secara komprehensif dengan menjaga dan mengendalikan risiko-risiko lain agar tidak berdampak negatif pada reputasi perusahaan. Pendekatan holistik ini penting untuk mempertahankan kepercayaan publik dan kelangsungan bisnis bank syariah secara berkelanjutan.

### **3. Aspek yang Mempersulit Risiko Nama Baik**

Risiko nama baik dapat muncul dari berbagai sumber, baik yang berasal dari dalam industri maupun dari rantai pasokan yang lebih luas, sehingga membuat risiko ini sulit dipantau dan sulit untuk mengidentifikasi faktor penyebabnya secara tepat. Salah satu tantangan utama adalah kesulitan dalam mendeskripsikan dan mengkategorikan risiko nama baik. Risiko ini memiliki karakteristik khusus karena tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan konsekuensi dari insiden operasional yang terjadi dalam aktivitas bisnis. Kondisi ini membuat perusahaan kesulitan dalam merancang dan mengambil tindakan lanjutan yang tepat untuk mengelola risiko tersebut. Selain itu, panduan dan masukan mengenai metode pengelolaan risiko nama baik masih sangat terbatas, sehingga banyak perusahaan belum memiliki kerangka kerja yang jelas untuk menghadapi risiko ini. Lebih jauh lagi, risiko nama baik sangat sulit untuk diukur secara kuantitatif. Hal ini dikarenakan reputasi merupakan aset tidak berwujud yang memengaruhi pendapatan perusahaan secara tidak langsung, melalui mekanisme transmisi yang kompleks, sehingga memerlukan pendekatan khusus dalam pengelolaannya.

### **4. Aspek yang Dipengaruhi Risiko Reputasi**

Nama baik merupakan warisan yang sangat berharga bagi industri karena dapat memengaruhi berbagai aspek penting. Nama baik dapat memengaruhi estimasi para pemegang saham dalam keputusan untuk membeli, menjual, atau menahan saham, serta menjadi pertimbangan dalam menentukan nilai wajar harga saham industri. Selain itu, nama baik juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kemauan pelanggan untuk membeli produk atau layanan dari suatu badan usaha, yang pada akhirnya berdampak pada pangsa pasar dan kekuatan tawar industri, serta profitabilitasnya. Nama baik yang baik juga dapat meningkatkan minat pemasok untuk menjalin kemitraan, karena mencerminkan integritas industri dan membuka peluang bisnis baru melalui kerjasama dengan pihak lain. Di sisi lain, nama baik yang kokoh dapat membuat pesaing enggan memasuki pasar, mengurangi tekanan terhadap profitabilitas industri. Selain itu, reputasi yang baik juga berpengaruh terhadap biaya modal, memudahkan industri dalam memperoleh pendanaan untuk ekspansi atau pengembangan operasional. Nama baik juga berdampak pada perekrutan karyawan berbakat, karena individu lebih tertarik untuk berkreasi di perusahaan yang memiliki reputasi baik. Tak kalah penting, nama baik dapat meningkatkan motivasi pekerja, karena rasa bangga bekerja di perusahaan yang dihormati mendorong mereka untuk memiliki etos kerja yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi suatu badan untuk membangun dan menjaga nama baik yang baik. Menurut Louisot J.P. dan Rayner J., nama baik mencakup

persepsi dari para pemangku kepentingan terhadap pandangan badan usaha, yang bisa dicapai jika badan tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Sebaliknya, nama baik yang buruk akan terjadi jika ekspektasi pemangku kepentingan tidak dapat dipenuhi.

### Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa resiko nama baik merupakan salah satu resiko yang penting bagi bank Islam, yang dapat berakibat pada menurunnya tingkat kepercayaan stakeholder akibat persepsi negatif terhadap bank tersebut. Sebagai lembaga yang mengelola dana masyarakat, bank Islam wajib memiliki kemampuan untuk mengelola berbagai resiko dengan baik, termasuk resiko nama baik yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 5 Tahun 2003 mengenai manajemen resiko bagi bank konvensional. Dalam konteks ini, resiko nama baik sangat berpengaruh terhadap citra bank, mengingat kegiatan utama bank Islam adalah menjaga kepercayaan nasabah terhadap pengelolaan dana yang dititipkan atau diinvestasikan. Apabila bank gagal mengelola resiko ini, maka potensi kerugian yang dihadapi sangat besar, mulai dari tergerusnya modal bank, hingga ketidakmampuan dalam memberikan hasil investasi yang memadai atau bahkan mengembalikan dana nasabah. Penelitian ini juga mencatat bahwa berdasarkan PBI Nomor 13/23/2011, bank Islam menghadapi 10 jenis resiko, dua di antaranya merupakan resiko spesifik yang hanya dialami oleh bank Islam, yaitu resiko nama baik dan resiko balasan hasil. Dalam penerapan manajemen resiko, khususnya untuk resiko nama baik, bank harus memastikan adanya pengawasan aktif dari badan komisaris, dewan, serta Dewan Pengawas Syariah (DPS), serta kebijakan dan prosedur yang jelas dalam mengelola resiko ini. Pengaturan resiko nama baik yang optimal dapat dilakukan dengan langkah-langkah preventif dan program pemeliharaan reputasi yang berkelanjutan.

### Daftar Pustaka

- [1] Darmawi, Herman, *Manajemen Perbankan*, Burmiaksara Medan 2020
- [2] Wahyudi, Imam, *Manajemen Risiko Bank Islam*. Salemba Empat. Jakarta 2019.
- [3] Hardanto, *Manajemen Risiko Bagi Bank Umum*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo 2019.
- [4] Rival, Veithzal dan Rifki Ismal, *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama 2019.
- [5] Yulianti, Rahmani Timorita, *Manajemen Risiko Perbankan Syari'ah*. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. III, No. 2. 2018. Ikatan Bankir Indonesia, *Manajemen Risiko 1*. Jakarta Pusat. PT Gramedia Pustaka Utama. 2018.
- [6] V. P. P. Wijaya, "Manajemen Risiko Teknologi Informasi Pada BTSI UKSW Menggunakan ISO 31000: 2018," ... (*Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi*), 2022, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatisi/article/view/2087>.
- [7] M. A. Perajaka dan Y. Ngamal, "Pentingnya Manajemen Risiko dalam dunia Pendidikan (Sekolah) Selama dan Pasca Covid-19," *J. Manaj. Risiko*, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.uki.ac.id/index.php/mr/article/view/3436>.
- [8] A. G. R. Padang, A. Ambarwati, dan ..., "Penilaian Manajemen Risiko TI Menggunakan Quantitative dan Qualitative Risk Analysis," ... *J. Sist. Inf.*, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://sistemasi.ftik.unisi.ac.id/index.php/stmsi/article/view/1340>.
- [9] W. C. Pamungkas dan F. T. Saputra, "Evaluasi Keamanan Informasi Pada SMA N 1 Sentolo Berdasarkan Indeks Keamanan Informasi (KAMI) ISO/IEC 27001:2013," *J.*

- Sist. Komput. dan Inform., vol. 1, no. 2, hal. 101, 2020, doi: 10.30865/json.v1i2.1924.
- [10] E. Khristian, H. Karamoy, dan ..., "Analisis Manajemen Risiko Dalam Mewujudkan Good Corporate Governance (STUDI KASUS PADA PT ANGKASA PURA I (PERSERO))," ... Ris. Akunt. DAN ..., 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/goodwill/article/view/35855>.