

MANAJEMEN RISIKO REPUTASI PADA PERBANKAN SYARIAH : STUDI LITERATUR

Windy Frestia Lubis¹, Arsyadona²

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Correspondensi Email : windyfrlbs123@gmail.com, arsyadona1100000174@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This research evaluates reputation risk management in Islamic banking through literature. Reputation risk is one of the most difficult risks to measure but has a very significant impact on Islamic banking. Banks must have clear policies and procedures to manage these risks, including identification, mitigation and ongoing monitoring. Literature results show that reputation risk in Islamic banking is important for bank trust and financial stability. A comprehensive approach and the right technology are needed to maintain a good reputation, enabling Islamic banks to maintain customer trust, attract investment, and remain competitive in the market. The key to success is transparency, accountability and quick response to issues that could harm reputation.

Keywords : Management, Sharia Banking, Reputation Risk

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi manajemen risiko reputasi di perbankan syariah melalui literatur. Risiko reputasi merupakan salah satu risiko yang paling sulit diukur namun memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perbankan syariah. Bank harus memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas untuk mengelola risiko ini, termasuk identifikasi, mitigasi, dan pemantauan terus-menerus. Hasil literatur menunjukkan bahwa risiko reputasi di perbankan syariah penting bagi kepercayaan dan stabilitas finansial bank. Pendekatan komprehensif dan teknologi yang tepat diperlukan untuk menjaga reputasi yang baik, memungkinkan bank syariah mempertahankan kepercayaan nasabah, menarik investasi, dan tetap bersaing di pasar. Kunci keberhasilan adalah transparansi, akuntabilitas, dan respons cepat terhadap isu-isu yang dapat merugikan reputasi.

Kata Kunci : Manajemen, Perbankan Syariah, Risiko Reputasi

Article History

Received: November 2024

Reviewed: November 2024

Published: November 2024

Plagiarism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Manajemen risiko reputasi telah menjadi isu kritis dalam industri perbankan secara umum, dan khususnya dalam konteks perbankan syariah. Fenomena ini terkait erat dengan pertumbuhan signifikan perbankan syariah di banyak negara, yang dipicu oleh permintaan yang meningkat akan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di tengah meningkatnya ekspektasi masyarakat dan kompleksitas pasar keuangan global, risiko reputasi menjadi salah satu aspek yang paling menantang dan krusial untuk dikelola oleh bank-bank syariah (Suganda et al., 2023).

Perbankan syariah, yang beroperasi berdasarkan hukum Islam, menghadapi tantangan unik yang berbeda dari bank konvensional. Prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan haram (aktivitas yang dilarang) menjadi dasar operasional yang tidak hanya memengaruhi produk dan layanan yang ditawarkan tetapi juga

cara bank tersebut dipersepsikan oleh masyarakat. Kepercayaan dan keyakinan konsumen bahwa bank syariah mematuhi prinsip-prinsip ini secara konsisten menjadi elemen kunci dalam membangun dan mempertahankan reputasi.

Namun, fenomena yang berkembang menunjukkan bahwa risiko reputasi di perbankan syariah sering kali tidak hanya berasal dari pelanggaran prinsip-prinsip syariah saja. Faktor eksternal seperti perubahan regulasi, persaingan pasar, serta dinamika sosial dan politik juga berperan besar dalam membentuk persepsi publik terhadap bank syariah. Misalnya, kebijakan pemerintah yang tiba-tiba berubah mengenai sektor perbankan syariah atau skandal keuangan yang melibatkan institusi syariah dapat memicu krisis reputasi yang berdampak signifikan pada kepercayaan nasabah dan stabilitas keuangan bank tersebut.

Di sisi lain, globalisasi dan digitalisasi juga telah memperluas cakupan dan intensitas risiko reputasi. Dengan berkembangnya media sosial dan platform digital, informasi (baik positif maupun negatif) menyebar lebih cepat dan lebih luas. Hal ini berarti bank syariah harus lebih proaktif dan responsif dalam mengelola citra dan reputasi mereka di ranah digital. Kesalahan kecil atau penyimpangan yang mungkin terjadi dapat dengan cepat menjadi viral, yang pada akhirnya dapat merusak reputasi bank dalam waktu singkat.

Dalam literatur menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan kesadaran tentang pentingnya manajemen risiko reputasi di perbankan syariah, masih terdapat kurangnya pemahaman yang mendalam tentang bagaimana risiko ini seharusnya dikelola secara efektif. Penelitian yang ada cenderung fokus pada aspek teknis dari manajemen risiko keuangan dan

operasional, dengan kurang memperhatikan dimensi reputasi yang kompleks dan dinamis. Selain itu, pendekatan yang digunakan sering kali diadopsi dari perbankan konvensional tanpa mempertimbangkan karakteristik unik dan nilai-nilai yang mendasari perbankan syariah.

Salah satu area yang memerlukan perhatian lebih adalah integrasi antara manajemen risiko reputasi dengan kepatuhan syariah. Kepatuhan terhadap syariah bukan hanya aspek hukum dan operasional, tetapi juga moral dan etis yang harus diinternalisasi oleh seluruh elemen organisasi. Manajemen risiko reputasi yang efektif dalam konteks ini memerlukan pendekatan holistik yang tidak hanya mengidentifikasi dan mengurangi potensi ancaman terhadap reputasi tetapi juga mempromosikan budaya organisasi yang selaras dengan nilai-nilai syariah.

Selain itu, kurangnya kerangka kerja yang jelas dan terpadu untuk manajemen risiko reputasi di perbankan syariah menunjukkan perlunya pengembangan model dan strategi khusus yang dapat diterapkan. Ini termasuk pengembangan alat ukur dan indikator yang dapat digunakan untuk menilai dan memonitor risiko reputasi secara berkelanjutan. Bank syariah juga perlu mengembangkan kapasitas internal melalui pelatihan dan peningkatan kesadaran tentang pentingnya reputasi, serta membangun mekanisme komunikasi yang efektif untuk menghadapi krisis reputasi (Masin et al., 2022).

Di sinilah peran studi literatur menjadi penting untuk mengisi gap yang ada. Dengan mengkaji berbagai pendekatan, model, dan praktik terbaik dari berbagai literatur yang ada, studi ini dapat memberikan wawasan dan panduan bagi perbankan syariah dalam mengembangkan strategi manajemen risiko reputasi yang lebih efektif. Studi literatur yang komprehensif juga dapat membantu mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perbankan syariah dalam konteks yang terus berubah, serta mengusulkan rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan.

KAJIAN LITERATUR

1. Pengertian Risiko Reputasi

2

Reputasi secara luas diakui sebagai salah satu aset perusahaan yang paling penting dan utama sumber keunggulan kompetitif, tetapi juga yang paling sulit untuk dilindungi. Perubahan dalam lingkungan, seperti pengembangan media global dan saluran komunikasi,

serta mengurangi loyalitas pelanggan, mengekspos organisasi pada peningkatan risiko reputasi. Risiko reputasi juga lebih sulit untuk dikelola daripada risiko tradisional. Hal tersebut karena risiko reputasi bertumpu pada persepsi. Untuk sebuah organisasi, terdapat banyak hal yang dipertaruhkan dengan suatu persepsi negatif daripada dengan risiko tradisional lain karena reputasi adalah nilai tidak berwujud mereka yang dipertaruhkan (Heil, 2018).

Berdasarkan penjelasan Pasal 3 ayat (1) huruf e POJK MR BPRS, Risiko reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap BPRS. Risiko reputasi dapat bersumber dari berbagai aktivitas bisnis BPRS antara lain kejadian yang telah merugikan reputasi BPRS misalnya pemberitaan negatif di media massa, pelanggaran etika bisnis, dan keluhan nasabah.

Risiko reputasi suatu bank adalah kumpulan citra bank di benak khalayak atau stakeholder. Reputasi mencerminkan persepsi public terkait tindakan yang dilakukan suatu bank, bisa juga disebabkan adanya publikasi negatif terhadap suatu bank.

Risiko reputasi merupakan Risiko yang tidak berdiri sendiri, melainkan Risiko derajat kedua (second tier risk) yaitu Risiko yang terjadi karena dipicu oleh Risiko lain seperti Risiko kredit, Risiko likuiditas, atau Risiko operasional. Dengan demikian, dalam menilai Risiko reputasi perlu dipahami keterkaitan antara Risiko reputasi dan Risiko lain. Risiko reputasi dibentuk dari berbagai atribut, yaitu : tanggung jawab sosial, daya tarik emosional, kinerja finansial, produk dan pelayanan, visi dan kepemimpinan, lingkungan tempat kerja.

Comité Européen des Assurances (CEA) dan Groupe Consultatif Actuariel Europeen (2007) mendefinisikan risiko reputasi sebagai risiko yang merugikan publisitas terkait praktik bisnis dan asosiasi perusahaan asuransi, apakah akurat atau tidak, akan menyebabkan hilangnya kepercayaan terhadap integritas institusi. Risiko reputasi dapat muncul dari risiko lain yang melekat dalam aktivitas organisasi. Risiko kehilangan kepercayaan para pemangku kepentingan, yang meliputi, antara lain, pelanggan yang ada dan potensial, investor, pemasok, dan pengawas.

Basel Committe on Banking Supervision (2009) mendefinisikan risiko reputasi sebagai risiko yang timbul karena persepsi negatif dari nasabah, mitra usaha, pemegang saham, atau regulator yang dapat mempengaruhi kemampuan bank untuk menjalankan bisnis atau menciptakan peluang bisnis baru dan kemampuan untuk memperoleh sumber pendanaan. Di Indonesia, regulator mendefinisikan risiko reputasi sebagai risiko akibat penurunan kepercayaan dari para pemangku kepentingan, dimana penurunan tersebut disebabkan oleh persepsi negatif terhadap bank (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Aturan terkait manajemen risiko reputasi tertuang dalam aturan terkait manajemen risiko yang wajib diterapkan oleh bank.

Pengelolaan reputasi cenderung semakin sulit untuk dikelola, kehilangan reputasi yang baik jauh lebih gampang dibanding usaha untuk membangunnya. Mempertahankan reputasi perbankan tidaklah mudah, apalagi mempertahankan reputasi yang baik dari perusahaan. 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. Masing-masing stakeholder memiliki derajat kepentingan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Semakin luasnya cakupan khalayak ini mengakibatkan upaya membangun reputasi membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan membangun citra perusahaan.

Risiko reputasi memang tidak menimbulkan dampak langsung secara finansial, tetapi secara perlahan risiko ini mengikis tingkat kepercayaan nasabah. Bank termasuk industri yang mempunyai sensitivitas tinggi terhadap kepercayaan publik. Hal-hal yang sangat

berpengaruh terhadap reputasi antara lain:

- a. Manajemen
- b. Pemegang saham
- c. Pelayanan yang disediakan
- d. Penerapan prinsip-prinsip syariah
- e. Publikasi

Menurut Adiwarman, bila manajemen dalam pandangan para stakeholder dinilai baik maka risiko reputasi menjadi rendah, demikian juga bila perusahaan dimiliki oleh pemegang saham yang kuat maka risiko reputasi juga rendah. Dalam hal pelayanan, bila pelayanan kurang baik maka risiko reputasi menjadi tinggi. Dalam penerapan prinsip-prinsip syariah haruslah dilaksanakan secara konsekuen agar tidak timbul penilaian negative terhadap penerapan sistem syariah tersebut yang dapat mengakibatkan timbulnya publikasi negative sehingga akan menaikkan tingkat risiko reputasi (Arsyadona et al., 2020).

2. Manajemen Risiko

Literatur studi manajemen risiko di perbankan Syariah dipelopori cendekiawan seperti Khan (1997), Vogel dan Hayes (1998), Obaidullah dan Wilson (1999), Karim (1999) dan Khan dan Ahmad (2001). Mereka berpendapat bahwa bank Syariah tidak hanya menghadapi jenis risiko yang dihadapi bank konvensional tetapi juga mengidentifikasi risiko baru dan unik sebagai akibat dari kelas aset unik bank Syariah dan struktur kewajiban.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/23/PBI/2011 mengatur bahwa yang harus diungkapkan perbankan Syariah, yaitu: risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko reputasi, risiko stratejik, risiko kepatuhan, risiko imbal hasil dan risiko investasi. Selain itu, manajemen risiko juga didefinisikan sebagai serangkaian metode dan prosedur yang digunakan untuk mengukur, mengidentifikasi, serta mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank Syariah.

Hal tersebut senada dengan definisi manajemen risiko adalah serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan bank. Esensi penerapan manajemen risiko adalah kecukupan prosedur dan metodologi pengelolaan risiko sehingga kegiatan usaha bank tetap dapat terkendali pada batas yang dapat diterima serta menguntungkan bank, namun mengingat perbedaan kondisi struktur pasar, ukuran serta kompleksitas usaha bank tidak terdapat satu sistem manajemen risiko yang universal untuk seluruh bank sehingga setiap bank harus membangun sistem manajemen risiko sesuai dengan fungsi dan organisasi manajemen risiko pada bank (Afrizal et al., 2022).

Kualitas penerapan manajemen risiko mencerminkan penilaian kecukupan sistem pengendalian risiko, yang menentukan efektivitas penerapan manajemen risiko bank terhadap prinsip-prinsip penerapan manajemen risiko bank umum. Kualitas penerapan manajemen risiko terdiri atas tiga aspek yaitu: (a) Tata kelola risiko; (b) Kerangka manajemen risiko; dan (c) Kecukupan sistem pengendalian risiko (Al Arif, 2018). Sehingga Informasi risiko perusahaan digunakan sebagai alat pengambilan keputusan yang cermat dan tepat, untuk itu perusahaan diharapkan mampu mengelola mengungkapkan informasi terkait risiko yang pada suatu perusahaan. Informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi yang bersifat positif, melainkan informasi yang bersifat negatif yang terkait dengan aspek risiko manajemen (Yanuardin, 2020).

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/25/PBI/2009 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 5/8/PBI/2003 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank

Umum, Manajemen risiko adalah serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha bank.

Dalam melakukan penerapan Manajemen Risiko melalui proses identifikasi,

pengukuran, pemantauan, dan pengendalian Risiko, serta sistem informasi Manajemen Risiko untuk Risiko reputasi, menambahkan penerapan: (Arsyadona et al., 2020).

- a. Identifikasi dan Pengukuran Risiko Reputasi pada aktivitas fungsional tertentu seperti pembiayaan (penyaluran dana), operasional dan jasa, teknologi informasi, dan SDM.
- b. Pemantauan Risiko Reputasi secara berkelanjutan sesuai dengan pengalaman kerugian di masa lalu yang disebabkan oleh Risiko reputasi.
- c. Pengendalian Risiko Reputasi, harus segera menindaklanjuti dan mengatasi keluhan nasabah dan gugatan hukum yang dapat meningkatkan eksposur Risiko reputasi.
- d. Sistem Informasi Manajemen Risiko, memiliki prosedur dan mekanisme pelaporan Risiko reputasi atau kejadian yang menimbulkan Risiko reputasi.

3. Indikator Manajemen Reputasi

Diuraikan juga terdapat indikator manajemen reputasi yaitu:

- a. 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.

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.

- b. 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.

- c. 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 tereskpose 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.
- d. 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.
- e. 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 diteliti dulu kecuai memang bank itu mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang cukup banyak, bias jadi itu yang menyebabkan bertambahnya jumlah pengaduan nasabah (Fauziah, 2019).

4. Prinsip – Prinsip Perbankan Syariah

Di dalam mengoperasionalkan perbankan syariah dikenal beberapa prinsip-prinsip dasar dalam pengelolaan kegiatan usaha perbankan syariah. (Supriadi & Ismawati, 2020) prinsip-prinsip dasar tersebut pada garis besarnya dapat disebutkan sebagai berikut :

- a. Bebas maghrib
1. Maysir (spekulasi); Dalam bahasa Arab maysir identik dengan kata Maysir mengacu pada perolehan kekayaan secara mudah atau perolehan harta berdasarkan peluang, entah dengan mengambil hak orang lain, atau tidak. Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah mendefinisikan maysir sebagai transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti atau bersifat untung-untungan. Dapat disimpulkan bahwa maysir merupakan transaksi yang digantungkan kepada sesuatu yang tidak pasti dan mengandung unsur judi, taruhan atau permainan yang beresiko yang jelas telah jelas dalam hukum Islam bahwa hal tersebut dilarang (haram).
 2. Gharar; secara harfiah berarti akibat, bencana, bahaya, risiko, dan sebagainya. Dalam Islam, yang termasuk gharar adalah semua transaksi ekonomi yang melibatkan unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan. Dalam Al-Qur'an kata gharar dan derivasinya disebutkan sebanyak 27 kali dalam QS Ali-Imran/3: 185 dan Al-Anfal/8: 49. Dapat disimpulkan bahwa gharar adalah transaksi yang mengandung ketidakjelasan dan keraguan.
 3. Haram; secara bahasa yang berarti larangan dan penegasan yang kata haram ini sendiri diulang sebanyak 83 kali dalam Al-Qur'an antara lain QS Al-Baqarah/2:173, QS An-Nahl/16: 115, dan QS Al-Maidah/5: 3. Dalam Aktivitas ekonomi setiap orang diharapkan untuk menghindari semua yang diharamkan, baik zat, maupun caranya baik dalam bidang produksi, distribusi ataupun konsumsi.
 4. Riba; Secara etimologi, kata riba bermakna tambahan, kelebihan. Dalam Lisanul 'Arab dijelaskan kata

mengandung arti yang sama, yaitu زيادة bertambah dan

tumbuh (berkembang). Abdullah Saeed sebagaimana yang dinukil oleh Latifa M. Algaoud dan Mervyn K. Lewis mengatakan bahwa riba yang akar katanya r-b-w dalam Al-Qur'an mempunyai pengertian tumbuh, bertambah, naik, bengkok, meningkat, dan menjadi besar dan tinggi. Juga digunakan dalam pengertian bukit kecil. Semua penggunaan ini nampak mempunyai satu makna yang sama yaitu pertambahan, baik secara kualitas ataupun kuantitas. Sementara itu menurut terminologi, riba dirumuskan oleh ilmu fikih sebagai tambahan khusus yang dimiliki salah satu pihak dari dua pihak yang terlibat tanpa ada imbalan tertentu. Sayyid Sabiq mengartikan riba sebagai tambahan atas modal, baik penambahan itu sedikit ataupun banyak. Jadi riba adalah penambahan pendapatan secara batil dan tidak sah di dalam melakukan transaksi baik secara kualitas ataupun kualitas. Tegasnya, hakikat pelarangan riba dalam Islam merupakan suatu penolakan resiko finansial tambahan yang ditetapkan dalam transaksi uang maupun jual beli yang dibebankan pada satu pihak saja, sedangkan pihak lain dijamin keuntungannya. Inilah kezaliman (zulm) yang terdapat pada riba yang oleh Islam tegas dilarang.

5. Batil; secara bahasa artinya batal dan tidak sah. Aktivitas ekonomi yang terkait dengan pelarangan batil seperti mengurangi timbangan, mencampurkan barang jualan yang baik dan yang tidak baik untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

- b. Prinsip kepercayaan dan kehati-hatian dalam pengelolaan kegiatan perbankan syariah
Salah satu misi perbankan adalah menerima simpanan baik berupa giro, tabungan, dan

deposito. Dana ini dibutuhkan bank di dalam menjalankan usahanya, yang tidak mungkin hanya diandalkan melalui modal bank saja. Untuk itu, dalam rangka menarik dana dari masyarakat, bank pun berupaya melakukan pembaharuan dalam menawarkan jasa perbankan. Selain itu, bank sebagai salah satu komponen yang berfungsi dalam menjaga

keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional sehinggadalam menjalankan usahanya memerlukan kepercayaan masyarakat yang dalam hal ini nasabah.

Dengan kepercayaan masyarakat/nasabah terhadap industri perbankan, maka hal ini merupakan usaha untuk memelihara stabilitas industri perbankan. Kepercayaan ini dapat diperoleh dengan adanya kepastian hukum di dalam pengaturan dan pengawasan bank serta penjaminan simpanan nasabah oleh bank. Oleh sebab itu, baik pemilik dan pengelola bank maupun otoritas yang terlibat dalam pengaturan pengawasan bank harus dapat mewujudkan kepercayaan masyarakat dengan penjaminan seluruh kewajiban bank.

Prinsip pengelolaan sebuah lembaga keuangan khususnya perbankan yang utama adalah prinsip kepercayaan (fiduciary relation). Dikatakan sebagai prinsip yang utama karena kegiatan usaha perbankan mendasarkan pada adanya kepercayaan dari masyarakat (Yanuardin, 2020). Adapun prinsip kehati-hatian merupakan konsekuensi yuridis sebagai lembaga yang menarik dana dari masyarakat, maka sebuah lembaga keuangan ataupun lembaga pembiayaan hendaknya mampu mengelola kegiatan usahanya berdasarkan prinsip kehati-hatian. Untuk itu, lembaga keuangan khususnya perbankan melakukan studi kelayakan sebelum memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

- c. Prinsip Akad

Semua transaksi harus didasarkan pada akad yang diakui oleh syariah yang merupakan perjanjian tertulis yang memuat ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) antara bank dengan pihak lain yang berisi hak dan kewajiban masing-masing berdasarkan syariat Islam. Akad dinyatakan sah apabila terpenuhi rukunnya. Rukun

akad ada 3 yakni, dua pihak atau lebih yang melakukan akad, objek akad, dan lafaz akad. Akad pada perbankan syariah tentunya mengacu pada konsep bagi hasil yang menghendaki keuntungan bersama baik pada pihak pengelola yang dalam hal ini perbankan dan pihak nasabah. Firman Allah swt. dalam Q.S al maidah 5:1

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji! 1 Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki [Q.S Al-Maidah 5:1].*

Berdasarkan ayat tersebut di atas, dijelaskan bahwa manusia harus memenuhi akad. Hal ini juga berlaku dalam hal ekonomi. Akad atau perjanjian harus dilaksanakan sebelum adanya transaksi dan ini menjadi rukun di dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, dalam proses transaksi pasti akan selalu ada kesepakatan mulai dari penentuan harga barang, kualitas barang, syarat-syarat di dalam penjualan dan pembelian barang, dan hal-hal yang terkait dengannya.

Dengan adanya akad, maka hal ini bermanfaat di dalam menjamin hak-hak dari setiap yang bertransaksi. Akad dapat menghindarkan seseorang dari kerugian karena dilaksanakan secara terbuka dan transparansi. Menurut (Yanuardin, 2020) Prinsip akad dapat diterapkan dalam kegiatan usaha atau operasional perbankan syariah meliputi:

1. Kegiatan penghimpunan dana; kegiatan ini dapat ditempuh oleh perbankan melalui mekanisme tabungan, giro, dan deposito. Khusus bank syariah tabungan dan giro dibedakan menjadi 2 macam yaitu tabungan dan giro didasarkan pada akad wadiah, serta tabungan dan giro yang didasarkan pada akad mudharabah.
2. Kegiatan penyaluran dana; kegiatan ini dapat ditempuh oleh bank syariah dalam bentuk murabahah, mudharabah, musyarakah, ataupun qard.
3. Jasa bank: kegiatan usaha bank dibidang jasa dapat berupa penyediaan bank garansi (kafalah), hiwalah, wakalah dan jual beli valuta asing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur untuk menjawab tujuan penelitian. Studi literatur yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan artikel jurnal dengan tema sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu meninjau definisi dan pentingnya penerapan manajemen risiko reputasi di bank Syariah. Objek dari penelitian ini merupakan artikel-artikel jurnal ilmiah yang tersedia daring dengan bantuan mesin pencari (search-engine) google scholar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini analisis isi (content analysis). Tujuan dari suatu analisis konten adalah mencari tahu isi dan maksud suatu teks. Selain itu, analisis konten merupakan suatu teknik penelitian untuk menghasilkan deskripsi yang objektif dan sistematis mengenai isi yang terkandung dalam media yang diteliti. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Risiko reputasi di perusahaan terutama dalam lembaga keuangan juga telah menemukan gaungnya di disiplin keuangan Islam. Perkembangan ini telah menyebabkan pengakuan akan pentingnya mengelola risiko reputasi oleh bank Syariah. Berdasarkan hasil penelusuran literatur menggunakan bantuan google scholar dengan kata kunci "Manajemen Risiko, Risiko Reputasi pada Perbankan Syariah" ditemukan 10 artikel jurnal yang relevan sebagai berikut:

Tabel 1. Literatur dengan kata kunci “Manajemen Risiko dan Risiko Reputasi pada Perbankan Syariah

No	Judul	Penulis dan Tahun	Identitas Jurnal
1	Efektivitas Manajemen Risiko Dan Hasil	(Nuriah et al., 2019)	Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam
2	Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah	(Afrizal et al., 2022)	Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, 6(1), 2022, 147-157
3	Pemetaan Penelitian Risiko Reputasi Pada Perbankan Syariah Dan Konvensional: Studi Bibliometrik Vosviewer Dan Literature Review	(BUDIANTO , 2023)	Research Repository UIN Maulana Malik Ibrahim
4	Manajemen Risiko Perbankan Syariah	(Syahrir et al., 2023)	Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS) Februari 2020 Hal 662 - 665
5	Analisis Manajemen Risiko Pada Bank Syariah: Tinjauan Literatur	(Nelly et al., 2022)	Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Volume 4 Nomor 4 (2022)
6	Manajemen Risiko Di Perbankan Syariah	(Purnomo, 2019)	AL HIKMAH Jurnal Studi Keislaman, Volume 9, Nomor 2, September 2019
7	Studi Manajemen Risiko Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)	(Ahmad Suhaimi, 2021)	Jurnal Manajemen Resiko
8	Manajemen Risiko Reputasi Perbankan Syariah	(Fauzia h, 2019)	EKSISBANK Vol. 3 No. 1 Juni 2019
9	Manajemen Risiko Reputasi Perbankan Syariah	(Fatihin S, 2024)	EKSISBANK Vol. 3 No. 2 Desember 2019
10	Manajemen Risiko Reputasi Dalam Pasar Modal Syariah	(Rahmani, 2019)	IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Desember 2019, Vol.8, No.2: 270-282

Hasil analisis konten pada artikel-artikel jurnal rujukan dikategorikan sebagai berikut :
Manajemen Resiko Reputasi di Bank Syariah

Manajemen risiko dalam perbankan syariah adalah topik penting dan kompleks yang memerlukan kepatuhan terhadap hukum Islam. Analisis berbagai sumber menunjukkan bahwa manajemen risiko di perbankan syariah mencakup risiko operasional hingga risiko reputasi. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan risiko untuk memastikan operasi bank yang aman dan efisien. Penelitian oleh (Nuriah et al., 2019)

menekankan bahwa efektivitas manajemen risiko menentukan hasil operasional bank, menggarisbawahi pentingnya kerangka kerja yang solid dan implementasi yang konsisten. Risiko reputasi menjadi perhatian khusus, sebagaimana diungkapkan oleh (Afrizal et al., 2022), yang menunjukkan bahwa risiko ini dapat timbul dari ketidakpatuhan terhadap prinsip syariah, skandal keuangan, dan layanan pelanggan yang buruk, sehingga bank syariah harus memiliki strategi efektif untuk mengelola dan memitigasinya. (BUDIANTO, 2023) menyarankan bahwa perbankan syariah harus lebih proaktif dalam mengelola risiko reputasi melalui pendekatan komprehensif dan holistik. (Syahrir et al., 2023) menekankan bahwa bank syariah mengadopsi berbagai alat manajemen risiko yang sesuai dengan prinsip syariah, sementara (Nelly et al., 2022) menguraikan kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut dan pengembangan kebijakan yang jelas. (Purnomo, 2019) menekankan pentingnya pendekatan holistik yang melibatkan seluruh organisasi dan membangun budaya risiko yang kuat. Studi oleh (Ahmad Suhaimi, 2021) tentang Bank Syariah Indonesia menunjukkan penggunaan pendekatan multi-layered, termasuk teknologi dan sistem informasi. (Fauziah, 2019) dan (Fatihin S, 2024) menyoroti bahwa risiko reputasi adalah salah satu risiko paling kritis, menekankan pentingnya komunikasi efektif, manajemen krisis, dan keterlibatan pemangku kepentingan. (Rahmani, 2019) menambahkan bahwa risiko reputasi juga relevan dalam pasar modal syariah, dengan penekanan pada transparansi dan etika. Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa manajemen risiko di perbankan syariah adalah proses berkelanjutan yang memerlukan strategi komprehensif, keterlibatan karyawan, dan teknologi yang tepat untuk menjaga kepercayaan nasabah dan keberlanjutan jangka panjang.

Manajemen risiko reputasi merupakan salah satu hal penting bagi perbankan, karena reputasi bank sangat berpengaruh pada kepercayaan dan kelangsungan bisnis bank itu sendiri. Berikut adalah beberapa strategi manajemen risiko reputasi pada perbankan: (1) Bank harus memantau dan mengevaluasi tindakan dan kebijakan mereka secara terus-menerus untuk memastikan bahwa mereka tidak menimbulkan risiko bagi reputasi mereka; (2) Bank harus memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas dan diterapkan secara konsisten untuk mengurangi risiko bagi reputasi mereka;

(3) Bank harus memberikan pelatihan dan edukasi kepada pegawainya tentang bagaimana mengelola dan meminimalkan risiko reputasi; (4) Bank harus bersikap terbuka dan transparan dalam melaporkan tindakan dan kebijakan mereka untuk menjaga kepercayaan publik dan mengurangi risiko bagi reputasi mereka; (5) Bank dapat bekerja sama dengan pihak eksternal seperti regulator, pemerintah, dan konsumen untuk memastikan bahwa mereka memenuhi standar dan praktik terbaik dalam manajemen risiko reputasi; dan (6) Bank harus siap dan siap sedia untuk menanggapi secara cepat dan tepat setiap tuduhan atau isu yang berdampak pada reputasi mereka untuk mengatasi dan memperbaiki situasi secepat mungkin.

Tingkat risiko yang akan diambil (Risk Appetite) dan toleransi risiko (Risk Tolerance) pada Risiko Reputasi. Risk Appetite dan Risk Tolerance adalah dua konsep yang berbeda dalam manajemen risiko reputasi pada perbankan. Risk Appetite adalah jumlah risiko yang sebuah bank atau perusahaan siap untuk mengambil dalam mencapai tujuannya. Ini melibatkan penentuan batas toleransi risiko dan bagaimana risiko tertentu akan diterima atau ditolak berdasarkan keputusan strategis. Risk Appetite biasanya dapat dinyatakan dalam bentuk angka atau skala yang menentukan tingkat risiko yang dapat diterima oleh perusahaan. Risk Tolerance, sebaliknya, adalah seberapa jauh perusahaan atau individu siap untuk mengalami kerugian atau menanggung risiko dalam mencapai tujuannya. Ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana risiko akan mempengaruhi hasil yang diharapkan dan bagaimana individu atau perusahaan akan bereaksi terhadap situasi risiko yang berbeda. Dalam hal risiko reputasi pada perbankan, Risk Appetite dan Risk Tolerance harus diterapkan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa bank dapat melindungi dan mempertahankan citra positif mereka. Bank harus memiliki Risk Appetite yang tinggi untuk melakukan investasi dan membuat keputusan bisnis yang dapat membantu mereka

mencapai tujuannya, tetapi juga harus memiliki Risk Tolerance yang rendah untuk memastikan bahwa mereka tidak mengambil risiko yang berlebihan dan membahayakan reputasi mereka.

Kebijakan risiko reputasi pada perbankan merupakan sebuah dokumen yang menjelaskan cara bagaimana sebuah bank memahami dan mengelola risiko reputasi yang mungkin dihadapinya. Reputasi merupakan salah satu aset penting bagi sebuah bank dan dapat mempengaruhi kinerja bisnis dan citra bank di mata publik. Oleh karena itu, sangat penting bagi bank untuk memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas untuk mengelola risiko reputasi. Beberapa hal yang biasanya dijelaskan dalam kebijakan risiko reputasi pada perbankan antara lain: (1) Definisi risiko reputasi, yaitu memberikan pemahaman yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan risiko reputasi dan bagaimana risiko ini dapat mempengaruhi bank; (2) Identifikasi risiko, yaitu membahas cara bagaimana bank mengidentifikasi potensi risiko reputasi, termasuk melalui monitoring media, survei pelanggan, dan evaluasi kinerja bisnis; (3) Mitigasi risiko, yaitu memberikan petunjuk tentang bagaimana bank dapat mengatasi risiko reputasi melalui tindakan preventif dan pemantauan terus-menerus; (4) Tanggung jawab pihak yang berwenang, yaitu menjelaskan bagaimana tugas dan tanggung jawab pihak-pihak yang berwenang dalam mengelola risiko reputasi, termasuk bagaimana mereka bekerja sama untuk memastikan penerapan kebijakan yang efektif; dan (5) Sistem pemantauan dan evaluasi, yaitu menjelaskan bagaimana bank akan memantau dan mengevaluasi efektivitas kebijakan risiko reputasi dan membuat perubahan yang diperlukan.

Reputasi risiko pada perbankan adalah potensi kerugian yang timbul dari negatifnya pandangan publik terhadap suatu bank, baik akibat dari tindakan internal maupun eksternal. Dalam hal ini, prosedur risiko reputasi dalam perbankan adalah sebagai berikut: (1) Identifikasi risiko, yaitu langkah pertama dalam mengatasi risiko reputasi adalah mengidentifikasi potensial sumber risiko, seperti praktik bisnis tidak etis, masalah teknis, skandal keuangan, dan masalah lingkungan;

(2) Evaluasi risiko, yaitu setelah mengidentifikasi risiko, bank harus mengevaluasi tingkat risiko dan potensi dampak pada bisnis dan reputasi; (3) Pengembangan strategi pengelolaan risiko, yaitu bank harus mengembangkan strategi untuk mengelola risiko reputasi, termasuk memastikan adanya prosedur dan sistem yang sesuai untuk memantau dan mengatasi masalah; (4) Monitoring dan pengendalian, yaitu bank harus memantau dan mengendalikan risiko reputasi melalui prosedur dan sistem yang sesuai, serta melakukan tindakan korektif jika diperlukan; (5) Pelaporan dan evaluasi, yaitu bank harus melaporkan dan mengevaluasi hasil pengelolaan risiko reputasi secara berkala, dan melakukan perbaikan jika diperlukan; dan (6) Pelatihan dan sensibilisasi staf, yaitu bank harus memastikan bahwa staf memahami pentingnya reputasi dan prosedur untuk mengelolanya melalui pelatihan dan sensibilisasi.

Limit risiko reputasi pada perbankan bertujuan untuk membatasi dampak negatif yang mungkin terjadi pada reputasi bank jika terjadi suatu insiden atau peristiwa yang merugikan. Risiko reputasi pada perbankan bisa muncul dari berbagai sumber, seperti kesalahan operasional, tindakan kecurangan, tindakan yang tidak profesional, dan lain sebagainya. Untuk membatasi risiko reputasi pada perbankan, beberapa tindakan yang dapat dilakukan antara lain: (1) Implementasi Sistem Kontrol Intern, yaitu bank harus memastikan bahwa sistem kontrol intern mereka sudah memenuhi standar yang ditetapkan dan memastikan bahwa setiap tindakan dan transaksi dalam bank dilakukan dengan cara yang benar dan bertanggung jawab; (2) Membangun hubungan baik dengan pelanggan, yaitu bank harus memastikan bahwa pelanggan mereka merasa puas dan memiliki hubungan yang baik dengan bank, yang dapat dilakukan dengan memberikan layanan yang baik dan memastikan bahwa setiap keluhan pelanggan ditangani dengan profesional dan efisien;²(3) Melakukan pemantauan dan evaluasi terus-menerus, yaitu bank harus melakukan pemantauan dan evaluasi terus-menerus atas kebijakan dan prosedur mereka untuk memastikan bahwa mereka selalu up-to-date dan memenuhi standar yang ditetapkan; (4)

Memastikan transparansi dan akuntabilitas, yaitu bank harus memastikan bahwa setiap transaksi dan tindakan yang dilakukan dalam bank transparan dan akuntabel, dan bahwa informasi yang diberikan kepada pelanggan dan publik bersifat jujur dan akurat; dan (5) Melakukan pelatihan dan sosialisasi, yaitu bank harus memastikan bahwa setiap pegawai mereka memahami pentingnya reputasi dan bahwa mereka mengetahui bagaimana tindakan dan perilaku mereka dapat mempengaruhi reputasi bank. Pelatihan dan sosialisasi juga bertujuan untuk memastikan bahwa pegawai memahami standar yang ditetapkan dan bertindak sesuai dengan standar tersebut.

Risiko Reputasi pada Perbankan Syariah

Risiko reputasi pada perbankan syariah merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh institusi keuangan ini. Risiko reputasi berkaitan erat dengan persepsi publik terhadap integritas, transparansi, dan keandalan bank. Ketika reputasi bank terancam, dampaknya dapat sangat merugikan, baik dari segi kepercayaan nasabah maupun stabilitas finansial. Dalam beberapa penelitian, termasuk yang dilakukan oleh (Nuriah et al., 2019) dan (Afrizal et al., 2022) terdapat penekanan pada pentingnya pemantauan dan evaluasi berkelanjutan terhadap tindakan dan kebijakan bank. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil tidak menimbulkan risiko bagi reputasi bank. Transparansi dan akuntabilitas menjadi kunci utama dalam menjaga reputasi yang baik, karena kepercayaan nasabah sangat bergantung pada seberapa jujur dan terbuka bank dalam melaporkan kegiatannya.

Studi literatur oleh (Afrizal et al., 2022) menyoroti beberapa faktor yang dapat mengancam reputasi bank syariah, seperti praktik bisnis yang tidak etis, kurangnya transparansi, dan kelalaian dalam pengawasan. Risiko reputasi dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk kesalahan operasional, tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, dan skandal keuangan. Oleh karena itu, bank harus memiliki kebijakan yang jelas dan diterapkan secara konsisten untuk mengurangi risiko reputasi. Bank juga perlu memberikan pelatihan dan edukasi kepada pegawainya mengenai cara mengelola dan meminimalkan risiko ini. Pengetahuan dan kesadaran yang memadai di kalangan pegawai dapat membantu dalam mengidentifikasi potensi risiko dan mengambil langkah preventif yang diperlukan.

Penelitian (BUDIANTO, 2023) yang menggunakan metode bibliometrik Vosviewer memberikan gambaran tentang tren penelitian terkait risiko reputasi pada perbankan syariah dan konvensional. Temuan ini penting untuk memetakan perkembangan pengetahuan di bidang ini serta mengidentifikasi area yang masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Salah satu poin penting yang diangkat adalah pentingnya pemantauan media dan evaluasi kinerja bisnis secara berkala. Pemantauan ini dapat membantu bank mengidentifikasi potensi risiko reputasi sejak dini dan mengambil tindakan korektif sebelum dampaknya meluas.

Menurut penelitian oleh (Syahrir et al., 2023), risiko reputasi tidak hanya mempengaruhi kepercayaan nasabah tetapi juga dapat berdampak pada daya saing bank di pasar. Bank yang mampu menjaga reputasinya dengan baik akan lebih mudah menarik dan mempertahankan nasabah, serta mendapatkan dukungan dari pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks ini, bank syariah perlu berkomitmen untuk menjalankan praktik bisnis yang etis dan sesuai dengan prinsip syariah, serta memastikan bahwa seluruh aktivitas operasionalnya transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

(Nelly et al., 2022) dalam tinjauan literaturnya menekankan bahwa risiko reputasi dapat diminimalkan melalui penerapan kebijakan yang baik dan prosedur yang tepat. Identifikasi dan mitigasi risiko reputasi harus menjadi bagian dari strategi bank secara keseluruhan. Hal ini termasuk memastikan bahwa semua pihak yang berwenang memahami peran dan tanggung jawab mereka dalam menjaga reputasi bank. Sistem pemantauan dan evaluasi yang efektif juga harus diterapkan untuk memastikan bahwa kebijakan yang ada berjalan dengan baik dan dapat menyesuaikan dengan perubahan kondisi lingkungan bisnis.

Dalam penelitian oleh (Purnomo, 2019), risiko reputasi juga dikaitkan dengan hubungan baik antara bank dan nasabah. Kepuasan nasabah sangat penting dalam menjaga reputasi yang baik. Bank harus memastikan bahwa nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan dan bahwa setiap keluhan atau masalah ditangani dengan cepat dan profesional. Membangun hubungan yang baik dengan nasabah melalui pelayanan yang prima dan responsif dapat membantu dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Ahmad (Ahmad Suhaimi, 2021) dalam studinya tentang Bank Syariah Indonesia (BSI) menunjukkan bahwa reputasi yang baik tidak hanya membantu dalam mempertahankan nasabah, tetapi juga menarik investasi dari pemangku kepentingan lainnya. Bank yang memiliki reputasi baik akan lebih mudah mendapatkan dukungan dari investor, pemerintah, dan masyarakat luas. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif dan terbuka dengan semua pemangku kepentingan sangat penting untuk menjaga reputasi yang positif.

(Fauziah, 2019) dan (Fatihin S, 2024) dalam penelitian mereka menekankan bahwa bank syariah harus siap dan cepat tanggap dalam menghadapi setiap isu yang dapat merusak reputasi mereka. Respons yang cepat dan tepat terhadap tuduhan atau isu negatif sangat penting untuk mengatasi dan memperbaiki situasi secepat mungkin. Hal ini termasuk dalam strategi mitigasi risiko reputasi, di mana bank harus memiliki rencana darurat yang jelas untuk menangani krisis reputasi.

(Rahmani, 2019) dalam penelitiannya tentang pasar modal syariah menunjukkan bahwa reputasi bank syariah juga penting dalam konteks pasar modal. Bank yang memiliki reputasi baik akan lebih mudah menarik investor dan mempertahankan kepercayaan pasar. Risiko reputasi dalam pasar modal dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk tindakan yang tidak profesional, kesalahan operasional, dan pelanggaran prinsip syariah. Oleh karena itu, bank harus memastikan bahwa seluruh aktivitasnya di pasar modal dilakukan dengan integritas tinggi dan sesuai dengan prinsip syariah.

Risiko reputasi merupakan salah satu risiko yang paling sulit diukur namun memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap perbankan syariah. Bank harus memiliki kebijakan dan prosedur yang jelas untuk mengelola risiko ini, termasuk identifikasi, mitigasi, dan pemantauan terus-menerus. Transparansi, akuntabilitas, dan komunikasi yang efektif dengan semua pemangku kepentingan adalah kunci untuk menjaga reputasi yang baik. Dengan demikian, bank syariah dapat menjaga kepercayaan nasabah, menarik investasi, dan mempertahankan daya saing di pasar. Risiko reputasi harus dikelola dengan hati-hati untuk memastikan bahwa bank dapat melindungi dan mempertahankan citra positif mereka di mata publik.

Risiko reputasi pada perbankan adalah potensi kerugian yang timbul akibat kerusakan atau hilangnya citra dan reputasi bank sebagai institusi keuangan yang terpercaya. Ini bisa terjadi karena berbagai hal, seperti kontroversi etis, skandal keuangan, atau penyalahgunaan data pelanggan. Risiko reputasi dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan kredibilitas bank, dan dapat berakibat pada penurunan laba, peningkatan biaya pemasaran, dan bahkan kehilangan bisnis. Oleh karena itu, perbankan harus memastikan bahwa mereka memahami dan mengelola risiko reputasi dengan baik untuk memastikan keberlangsungan bisnis dan reputasi jangka Panjang.

Tujuan manajemen Risiko Reputasi, yaitu untuk memastikan bahwa bank tersebut mempertahankan dan memperkuat citra positifnya di mata masyarakat dan pasar keuangan. Manajemen risiko reputasi dalam perbankan memiliki beberapa tujuan utama, antara lain: (1) Manajemen risiko reputasi memastikan bahwa bank tidak mengalami kerugian reputasi yang berakibat pada kerugian bisnis dan kerugian finansial; (2) Bank harus mempertahankan integritas dan reputasi yang baik agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya; (3) Bank harus memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka tidak merugikan publik dan mempertahankan reputasi positif; (4) Manajemen risiko reputasi memastikan bahwa bank memiliki reputasi positif yang mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan; dan (5) Bank yang memiliki reputasi baik akan memiliki keunggulan

bersaing yang lebih besar dibandingkan bank lainnya. Dengan demikian, manajemen risiko reputasi pada perbankan bertujuan untuk memastikan bahwa bank memiliki reputasi yang baik dan memiliki dampak positif pada kinerja bisnis dan keuangan bank.

KESIMPULAN

Risiko reputasi dalam perbankan syariah merupakan aspek krusial yang mempengaruhi kepercayaan dan stabilitas finansial bank. Penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan risiko reputasi melibatkan identifikasi, penilaian, dan pengendalian risiko melalui penerapan kebijakan yang transparan dan akuntabel, pelatihan karyawan, serta komunikasi efektif dengan pemangku kepentingan. Pendekatan holistik yang melibatkan seluruh organisasi dan teknologi yang tepat diperlukan untuk menjaga reputasi yang baik. Dengan demikian, bank syariah dapat mempertahankan kepercayaan nasabah, menarik investasi, dan menjaga daya saing di pasar. Kunci keberhasilan terletak pada transparansi, akuntabilitas, dan respons cepat terhadap isu-isu yang dapat merusak reputasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Siregar, S., & Sugianto. (2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 147–157. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.548>
- Ahmad Suhaimi, M. . (2021). Studi Manajemen Risiko Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(1), 73–78. <https://doi.org/10.33541/mr.v2i1.3438>
- Arsyadona, Siregar, A., Harahap, I., & Sugianto. (2020). Manajemen Risiko Reputasi pada Bank Syariah. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS) 2020*, 658–661. <https://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks>
- 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. <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v8i1.425>
- Fatihin S, C. (2024). Manajemen Risiko Reputasi Perbankan Syariah. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Sistem Industri*, 3(1), 29–39. <https://doi.org/10.56071/jtmsi.v3i1.481>
- Fauziah, S. (2019). Manajemen Risiko Reputasi Perbankan Syariah. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 3(1), 74–80. <https://doi.org/10.37726/ee.v3i1.35>
- Heil, D. (2018). Reputation Risk. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, August, 1–6. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0150>
- Masin, M., Mustamin, A., Fajrin, F., Supriadi, S., Putra, T. W., & Trimulato, T. (2022). Risiko Perkembangan Teknologi Perbankan Syariah Era Millenial. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1), 56–70. <https://doi.org/10.37146/ajie.v4i1.148>
- Nelly, R., Siregar, S., & Sugianto, S. (2022). Analisis Manajemen Risiko Pada Bank Syariah: Tinjauan Literatur. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 918–930. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1008>
- Nuriah, S., Rois, B., & Risnaeni, U. S. (2019). Efektivitas Manajemen Risiko dan Hasil. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v1i2.1262>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. *Otoritas Jasa Keuangan*, 17. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Penerapan-Manajemen-Risiko-bagi-Bank-Umum-Syariah-dan-Unit-Usaha-Syariah/pojk-65-2016.pdf>
- Purnomo, J. H. (2019). Manajemen Resiko di Perbankan Syariah Joko Hadi Purnomo 1. *Al Hikmah*, 9(6), 58–67. ² <http://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/alhikmah/article/view/3441>
- Rahmani, S. (2019). Manajemen Risiko Reputasi Dalam Pasar Modal Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 270–282.

<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.182>

- Suganda, R., Mujib, A., Ag, M., Syari, F., Islam, U., & Sunan, N. (2023). Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 677–683. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/7792/3355>
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>
- Syahrir, D. K., Ickhsanto Wahyudi, Santi Susanti, Darwant, D., & Ibnu Qizam. (2023). Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 58–64. <https://doi.org/10.54259/akua.v2i1.1382>
- Yanuardin. (2020). Studi Literatur Manajemen Risiko Hukum. *AT-TAZAKKI: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam Dan Humaniora*, 4(1), 1–12. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2962588>