

BAB IX

RISIKO REPUTASI

A. Konsep Dasar Risiko Reputasi

Suatu risiko yang diakibatkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat maupun stake holder yang bersumber dari persepsi negative terhadap suatu lembaga keuangan syariah disebut sebagai risiko reputasi. Sumber dari adanya risiko reputasi ini bisa datang dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh lembaga keuangan yaitu yang bisa merugikan reputasi lembaga keuangan diantaranya pemberitaan miring di media massa, keluhan nasabah, serta pelanggaran etika bisnis.

Pada dasarnya dari risiko reputasi ini yaitu sekumpulan citra suatu lembaga keuangan dibenak stake holder maupun khalayak umum. Persepsi dari publik mengilustrasikan dari reputasi suatu lembaga keuangan yang berkaitan dengan tindakan yang dilakukan suatu perbankan, atau bisa juga karena adanya pemberitaan miring pada suatu lembaga perbankan. Risiko reputasi ini tidak bisa berdiri sendiri. Karena adanya risiko reputasi ini datang karena adanya risiko lain seperti risiko pembiayaan, risiko operasional maupun risiko likuiditas. Sehingga perlunya pemahaan mengenai keterkaitan antara risiko reputasi dengan risiko lainnya. Pada risiko ini bisa dibentuk dari berbagai atribut seperti daya tarik emosional, tanggung jawab sosial, kinerja finansial, visi misi, pelayanan dan prosuk, maupun lingkungan kerjanya.

Mempertahan reputasi sangatlah tidak mudah. Kehilangan reputasi suatu perusahaan yang baik jauh lebih mudah apabila dibanding dengan usaha saat membangunnya, sehingga dalam pengelolaan dari risiko reputasi ini cukup sulit untuk dikelola.

Dengan adanya risiko reputasi ini tidak menghasilkan dampak secara langsung secara finansial melainkan perlahan-lahan risiko reputasi ini akan mengikis dari tingkat kepercayaan nasabah. Lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah adalah salah satu industri yang memiliki sensitivitas yang cukup tinggi terhadap

kepercayaan orang banyak. Ada beberapa hal yang sangat berpengaruh pada reputasi diantaranya sebagai berikut :⁶

1. Pemegang saham
2. Manajemen
3. Penerapan prinsip syariah
4. Pelayanan yang disediakan
5. publikasi

Oleh karena itu, dalam menerapkan prinsip-prinsip hukum Syariah perlu diterapkan prinsip-prinsip tersebut untuk menghindari komentar negatif terhadap penerapan sistem hukum Syariah yang dapat menimbulkan publikasi negatif sehingga dapat meningkatkan reputasi. Jika perusahaan dimiliki oleh pemegang saham yang kuat maka kredibilitasnya sangat rendah; jika nilai manajemen publik tinggi maka kredibilitasnya sangat rendah; jika pelayanannya tidak baik maka kredibilitasnya sangat tinggi.

B. Identifikasi Risiko Reputasi

Ada beberapa indikator risiko reputasi yang harus dicermati diantaranya sebagai berikut:⁷

1. Pelanggaran etika bisnis

Diantara indikatornya antara lain transparansi informasi keuangan dan kerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya. Yang harus diperhatikan adalah jika suatu perusahaan melanggar etika / kode etik bisnis yang berlaku. Kebijakan sumber bisnis yang berlaku serta pemasaran produk juga tak kalah penting yang harus diperhatikan selain transparansi informasi keuangan. jika pelanggaran etika bisnis ini sering dilakukan bisa menimbulkan rendahnya rendahnya reputasi lembaga keuangan syariah baik dari karyawan, maupun pemilik sahamnya. Meskipun lembaga keuangan syariah tersebut mempunyai reputasi yang tinggi, tak lain pemilik lembaga tersebut harus tetap bisa menjaga reputasinya dengan menjaga serta tidak melakukan tindakan pelanggaran etika bisnis.

⁶ Arsyadona dkk, *Manajemen Risiko Reputasi pada Bank Syariah* (Dalam Jurnal Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS) ISBN: 978-602-52720-7-3 Februari 2020) hal.658

⁷ *Ibid*, hal 659

2. Pengaruh dari pemilik bank serta stake holder.

Indikatornya yakni kredibilitas pemilik serta perusahaan yang berkaitan, kejadian reputasi yang terjadi pada pemilik serta perusahaan yang berkaitan. Salah satu penyebab adanya peningkatan risiko reputasi pada lembaga keuangan syariah yakni adanya pengaruh reputasi dari pemilik lembaga keuangan syariah itu sendiri. Serta kredibilitas juga mempunyai pengaruh yang pada reputasi misalnya saja suatu lembaga keuangan perbankan punya banyak nasabah sebab adanya kepercayaan dari masyarakat pada lembaga tersebut.

3. Frekuensi pemberitaan

Indikator dari frekuensi pemberitaan yakni materialitas serta frekuensi pemberitaan, jenis media serta ruang lingkup pemberitaan. Kepengurusan lembaga keuangan yang diukur pada periode penilaian akan bisa mempengaruhi pemberitaan yang negative maupun positif pada lembaga tersebut.

4. Kompleksitas produk serta kerjasama bisnis bank syariah

Indikatornya kali ini yakni jumlah serta tingkat penggunaan nasabah dalam memilih produk bank syariah secara kompleks, jumlah serta materialism kerjasama lembaga bank syariah dengan mitranya. Dengan memiliki produk yang lengkap dan kompleks serta memiliki mitra kerjasama bismis yang baik bisa terekspos pada risiko reputasi jika adanya kesalahpahaman dalam penggunaan produk maupun jasa pada mitra bisnis.

5. Frekuensi materials keluhan dari nasabah

Indikator dari keluhan nasabah yakni frekuensi material keluhan dari nasabah yang diukur selama periode penilaian berlangsung. Kualitas pelayanan yang menurun jangan selalu dilihat dari banyaknya nasabah yang mengadu semakin meningkat akan tetapi perlu adanya penelitian lagi, berbeda halnya jika bank tersebut mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang banyak hal ini bisa jadi dapat menimbulkan bertambahnya jumlah pengaduan yang cukup banyak.

Jika manajemen menurut stake holder diberi nilai baik maka risiko reputasinya rendah sehingga perusahaan akan dimiliki oleh pemegang saham yang kuat maka risiko reputasinya rendah. Dalam menerapkan

prinsip syariah perlu adanya pelaksanaan secara konsekuen supaya tidak menimbulkan penilaian negative pada penerapan sistem syariah yang bisa menimbulkan publikasi negative sehingga akan menaikkan tingkat reputasi, jika pelayanannya kurang baik maka reputasinya akan tinggi. Alasan mengapa risiko reputasi menurun diantaranya kesalahan manajemen, pelanggaran terhadap fatwa DSN, melakukan pelanggaran peraturan yang berlaku, integritas yang masih diragukan, kurangnya kompetensi yang baik dalam pelayanan maupun pengelolannya, skandal keuangan, serta performa keuangan yang kurang baik.

C. Pengendalian Risiko Reputasi

Industri butuh tingkatkan kepatuhan terhadap syarat yang berlaku dalam rangka mengatur resiko reputasi. Industri pula butuh menanggulangi terdapatnya keluhan nasabah serta gugatan hukum yang bisa tingkatkan ekposur resiko reputasi dengan melaksanakan komunikasi dengan nasabah ataupun pihak lain buat menjauhi permasalahan hukum. Penindakan resiko reputasi hendaknya secara preventive sebab bayaran penyelesaian resiko ini sangatlah besar dan dampaknya bisa mengganggu dan menewaskan industri. Contoh isyarat reputasi yang sudah terserang merupakan apabila nama industri yang tercemar sudah dilansir di suatu headline pesan berita ataupun media massa yang lain. Saat sebelum resiko terjalin secara totalitas serta bertepatan, industri butuh melaksanakan sesuatu analisis.

Dalam melaksanakan pelaksanaan Manajemen Resiko lewat proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, serta pengendalian Resiko, dan sistem data Manajemen Resiko buat Resiko reputasi, meningkatkan pelaksanaan: ⁸

1. Identifikasi serta Pengukuran Resiko Reputasi pada kegiatan fungsional tertentu semacam pembiayaan(penyaluran dana), operasional serta jasa, teknologi data, serta SDM.

⁸ *Ibid* hal 660

2. Pemantauan Resiko Reputasi secara berkepanjangan cocok dengan pengalaman kerugian di masa kemudian yang diakibatkan oleh Resiko reputasi.
3. Pengendalian Resiko Reputasi, wajib lekas menindaklanjuti serta menanggulangi keluhan nasabah serta gugatan hukum yang bisa tingkatkan eksposur Resiko reputasi.
4. Sistem Data Manajemen Resiko, mempunyai prosedur serta mekanisme pelaporan Resiko reputasi ataupun peristiwa yang memunculkan Resiko reputasi.

Dalam pengelolaan resiko reputasi bank syariah, terdapat perihal yang butuh dicermati, ialah:

1. Maksimalkan unit pengaduan nasabah. Tiap pengaduan nasabah wajib lekas ditindak lanjuti, jangan hingga sebab tidak direspon bank, nasabah mengadu ke pihak lain misalnya ke media massa.
2. Optimalisasi kedudukan Public Relation(PR). Kedudukan PR merupakan buat merancang serta mengorganisir strategi komunikasi yang berisi pesan- pesan yang pas buat audien, buat melindungi reputasi serta meminimalisir resiko reputasi.
3. Menjunjung besar kaidah syariah. Pelaksanaan kaidah syariah tidak cuma pada produk serta layanan, namun pula pada sikap Sumber Energi Manusia(SDM) bank syariah.
4. Dibutuhkannya pelaksanaan prinsip Good Corporate Governance dengan maksimal, ialah keadilan, transparansi, akuntabilitas, serta tanggungjawab. Pelaksanaan GCG hendak memenuhi prinsip kehati-hatian, tercantum pemenuhan kaidah- kaidah syariah yang berorientasi pada fatwa- fatwa Majelis Ulama(MUI).
5. Setelah itu SDM bank syariah selaku penggerak mesin bank syariah pula wajib mempunyai profesionalisme serta integritas yang besar, dengan melakukan budaya kerja serta kode etik.
6. Mengawal kesyariahan bank syariah dengan mempunyai uraian serta pengetahuan yang baik di bidang perbankan syariah oleh SDM syariah. Manajemen reputasi wajib diterapkan bank syariah baik pada lembaganya serta pula SDM nya, buat senantiasa melindungi image bank syariah serta pula industri perbankan syariah.

D. Contoh Kasus dan Latihan Soal

Reputasi adalah hal yang sangat penting bagi lembaga, sebab yang dilihat dari masyarakat secara umum adalah mengenai reputasinya secara umum, jika reputasinya baik maka masyarakat bisa percaya pada lembaga tersebut. Contoh isyarat reputasi yang sudah terserang merupakan apabila nama industri yang tercemar sudah dilansir di suatu headline pesan berita ataupun media massa yang lain. Saat sebelum resiko terjalin secara totalitas serta bertepatan, industri butuh melaksanakan sesuatu analisis.

Contoh Kasus

Pada tahun 2014 OJK sudah membagikan sanksi pada PT Bank Mandiri atas permasalahan pembobolan dana nasabah dengan modus Skimming mesin ATM. Tetapi Bank Mandiri harus mengubah rugi segala dana nasabah yang habis dalam permasalahan tersebut. Sehingga dalam permasalahan ini reputasi bank mandiri secara tidak langsung pula tercoreng. Perihal ini ialah salah satu kerugian yang dirasakan bank mandiri. OJK, lanjutnya, senantiasa memperingatkan serta melaksanakan evaluasi kepada segala lembaga keuangan tercantum perbankan dari sisi penerapan governance.

Ada pula hal- yang butuh dicermati dalam manajemen resiko reputasi antara lain ialah selaku berikut:

1. Penerapan prinsip transparansi data produk serta keadaan keuangan bank kepada segala share holder bank, paling utama pihak nasabah buat menghindari terbentuknya dispute akibat ketiadaan data yang mencukupi.
2. Kenaikan mutu pelayanan bank secara berkesinambungan serta penyediaan produk yang bersaing cocok dengan pangsa pasar opsi.
3. Pengelolaan penyelesaian komplain/ keluhan nasabah serta data negatif menimpa bank.
4. Penetapan standar tingkat terhadap tiap kegiatan layanan bank buat menjamin keseragaman mutu layanan yang diberikan bank kepada para share holder.

5. Pedoman pengelolaan resiko reputasi selaku acuan dalam melaksanakan kegiatan identifikasi, pengukuran, monitoring serta pengendalian atas kemampuan resiko reputasi yang dimiliki oleh bank, mencakup sekurangnya sumber serta pemicu komplain kepada bank dan mutu penyelesaian komplain.

Latihan Soal

1. Apa yang dimaksud dengan risiko reputasi?
2. Mengapa kepercayaan masyarakat dan juga stake holder perlu dijaga?
3. Seberapa penting sebuah citra lembaga yang baik untuk sebuah lembaga perbankan!
4. Hal apa saja yang bisa mempengaruhi reputasi suatu lembaga keuangan khususnya perbankan!
5. Apa saja indikator reputasi dalam risiko reputasi yang dialami oleh sebuah lembaga perbankan!
6. Mengapa lembaga perlu meningkatkan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku?
7. Bagaimana ciri-ciri lembaga yang reputasinya sudah menurun?
8. Hal apa saja yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan risiko reputasi bank syariah!