

Risiko Reputasi

31 Desember 2025

Risiko reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan *stakeholders* yang bersumber dari persepsi negatif terhadap Bank.

Kerangka Manajemen Risiko Reputasi

Reputasi SMBC Indonesia merupakan aset yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Oleh karena itu setiap kegiatan penyampaian pesan kepada pihak eksternal, baik yang melibatkan media massa konvensional dan media sosial, yang dinilai dapat memengaruhi reputasi perusahaan perlu dikoordinasikan kepada Corporate Communications and Corporate Brand. Selain penyampaian pesan kepada pihak eksternal, parameter lain yang juga dalam memengaruhi reputasi bank berasal dari complain nasabah yang masuk melalui saluran resmi SMBCI Care yang dikelola oleh Divisi Customer Contact Center (CCC).

Salah satu fungsi Corporate Communications adalah menjadi salah satu pilar dalam pengelolaan reputasi Bank melalui serangkaian upaya publikasi dan manajemen isu yang berkembang di publik. Upaya tersebut dilakukan dengan cara melakukan aktivitas komunikasi (penyampaian informasi) kepada pihak internal dan eksternal yakni media massa secara efektif dan efisien sesuai dengan strategi, visi, misi, dan nilai-nilai Bank.

Terkait dengan fungsi untuk mengelola reputasi Bank, Corporate Communications bertanggung jawab dan berperan sebagai pintu dalam penyampaian informasi internal dan eksternal melalui kanal komunikasi yang relevan. Corporate Communications, dengan sinerginya bersama departemen pengampu risiko reputasi lainnya, juga bantu melaksanakan fungsi pengawasan (kontrol & *monitoring*) pada seluruh aktivitas komunikasi Bank secara umum dan secara khusus yang dilaksanakan oleh setiap unit bisnis dan unit pendukung.

Kebijakan, Prosedur, dan Penetapan Limit

Dalam mengendalikan risiko reputasi, Bank memiliki kebijakan, prosedur, dan mekanisme dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan termasuk penanganan keluhan dari pemangku kepentingan (nasabah, dan *stakeholder* lainnya) yang dilakukan secara melekat.

Bank menyiapkan ketentuan langkah-langkah yang tertuang di prosedur sebagai persiapan dan antisipasi untuk merespons apabila ada pertanyaan dari media massa atau nasabah terkait peristiwa yang mengganggu reputasi Bank.

Kecukupan Proses Identifikasi, Pengukuran, Pemantauan, dan Pengendalian Risiko, serta Sistem Informasi Manajemen Risiko

Proses identifikasi risiko reputasi dilakukan melalui pembuatan kajian risiko reputasi terhadap produk, layanan atau inisiatif baru maupun pengembangannya, serta aksi korporasi yang akan dilaksanakan, termasuk terhadap transaksi material Bank. Proses pengukuran risiko reputasi dilakukan melalui penilaian mandiri atas risiko reputasi sebagai bagian dari penyusunan profil risiko Bank yang dilakukan secara berkala.

Proses pemantauan risiko reputasi dilakukan melalui pemantauan media terkait dengan pemberitaan negatif dan pengaduan nasabah di media massa.

Terdapat 2 (dua) parameter utama dalam pengukuran risiko reputasi, yaitu (1) pemberitaan negatif dan (2) frekuensi serta waktu penyelesaian pengaduan nasabah. Pemantauan terhadap 2 (dua) parameter tersebut dilakukan secara berkesinambungan agar respons atas pemberitaan negatif maupun keluhan nasabah dapat dilakukan secara cepat dan tepat, sehingga tidak berdampak pada reputasi Bank. Proses pengendalian risiko reputasi dilakukan antara lain melalui laporan hasil pemeriksaan Internal Audit sebagai bahan masukan untuk perbaikan proses operasional secara berkelanjutan.

Pemantauan atas risiko reputasi dilakukan antara lain melalui Komite Manajemen Risiko. Internal Audit melakukan pemeriksaan secara berkala terhadap pengelolaan risiko reputasi dari setiap pihak yang terkait sesuai dengan Rencana Audit yang telah ditetapkan.

Pemeriksaan audit yang dilakukan atas pemberitaan negatif dan pengelolaan penanganan keluhan nasabah meliputi pencatatan, tindak lanjut, dan pelaporan untuk memitigasi risiko reputasi telah dikaji pada saat pelaksanaan audit.

Sistem Pengendalian Risiko Reputasi

Bank telah memiliki Sistem Pengendalian Internal untuk manajemen risiko reputasi, mencakup pengawasan secara berkala atas keluhan nasabah atau pemberitaan negatif yang material berdampak pada reputasi Bank dan budaya pengendalian risiko reputasi yang melibatkan seluruh lini bisnis.

Pengendalian Risiko Reputasi dan Manajemen Risiko Reputasi di Kala Krisis

Mengacu pada *Crisis Communication Manual*, Divisi Communications & Daya merupakan penanggung jawab komunikasi krisis reputasi di pusat dan menunjuk penanggung jawab komunikasi krisis reputasi di daerah (regional). Divisi ini memberikan dukungan untuk semua aspek komunikasi eksternal dan internal, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga monitor dan evaluasi proses komunikasi di saat krisis reputasi.

Tugas utama dalam situasi krisis reputasi, antara lain:

1. Menyusun strategi komunikasi dan taktik mengomunikasikannya;
2. Merancang dan menyusun pesan-pesan pokok;
3. Mempertimbangkan saluran (*channel*) komunikasi yang digunakan;
4. Menentukan juru bicara dan penanggung jawab komunikasi;
5. Melakukan koordinasi dengan penanggung jawab komunikasi dan juru bicara yang ditunjuk;
6. Melaksanakan fungsi komunikasi secara intensif kepada pihak eksternal dan internal;
7. Mengatur permintaan informasi atau wawancara dengan media; dan
8. Melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi.