

RISIKO REPUTASI

31 Desember 2024

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

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 maupun tidak dan dinilai dapat memengaruhi reputasi perusahaan, perlu dikoordinasikan kepada Corporate Communications yang berada di dalam divisi Communications and Daya.

Corporate Communications merupakan unit di bawah Direktorat Kepatuhan yang memiliki fungsi utama mengelola reputasi perusahaan. Upaya tersebut dilakukan dengan cara melakukan aktivitas komunikasi (penyampaian informasi) kepada pihak internal dan eksternal yang efektif dan efisien sesuai dengan strategi, visi, misi dan nilai-nilai perusahaan.

Dalam hal fungsi pokok untuk mengelola reputasi perusahaan, Corporate Communications bertanggung jawab dan berperan sebagai pintu utama dalam penyampaian informasi internal dan eksternal. Corporate Communications juga melaksanakan fungsi pengawasan (kontrol dan pengawasan) seluruh aktivitas komunikasi SMBC Indonesia secara umum dan secara khusus yang dilaksanakan oleh setiap unit bisnis dan unit pendukung.

Kebijakan, Prosedur, dan Penetapan Limit

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

SMBC Indonesia 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 atau aktivitas baru maupun pengembangannya, serta aksi korporasi yang akan dilaksanakan, termasuk terhadap transaksi material perusahaan. Proses pengukuran risiko reputasi dilakukan melalui penilaian mandiri atas risiko reputasi sebagai bagian dari penyusunan profil risiko perusahaan yang dilakukan secara berkala. Proses pemantauan risiko reputasi dilakukan melalui pemantauan media terkait dengan pemberitaan negatif dan pengaduan nasabah di media massa.

Terdapat dua parameter utama dalam pengukuran risiko reputasi, yaitu pemberitaan negatif, serta frekuensi dan waktu penyelesaian pengaduan nasabah. Pemantauan terhadap kedua parameter tersebut dilakukan secara berkesinambungan agar respons atas pemberitaan negatif maupun respons atas keluhan nasabah dapat dilakukan secara cepat dan tepat, sehingga tidak berdampak pada reputasi SMBC Indonesia. Bank memiliki Corporate Communications yang bertanggung jawab terhadap pemantauan pemberitaan negatif di media massa konvensional, Corporate Brand Activation yang bertanggung jawab terhadap pemantauan publikasi negatif di media sosial, dan Customer Care yang bertanggung jawab terhadap pemantauan, penindaklanjutan, dan penanganan segala keluhan nasabah. 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 yang meliputi pencatatan, tindak lanjut, dan pelaporan untuk memitigasi risiko reputasi telah dikaji pada saat pelaksanaan audit.

Sistem Pengendalian Risiko Reputasi

SMBC Indonesia telah memiliki sistem pengendalian internal untuk manajemen risiko reputasi, mencakup pengawasan secara berkala atas keluhan nasabah atau pemberitaan negatif yang material berdampak pada reputasi SMBC Indonesia dan budaya pengendalian risiko reputasi yang melibatkan seluruh lini bisnis.

Pengendalian Risiko Reputasi dan Manajemen Risiko Reputasi di Kala Krisis

Dengan mengacu pada *Crisis Communication Manual*, Divisi Communications and 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 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 pengawasan dan evaluasi terhadap efektivitas komunikasi.