



Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis

Journal homepage: <https://ejournal.pkmpi.org/index.php/ijess/index>



Studi Literatur: Manajemen Risiko Strategis dan Reputasi dalam Keberlanjutan Organisasi

Jenia Silitonga¹, Hairunisa Astari²

¹jeniasilitongaa@gmail.com, ²hairunisa.astari@gmail.com,

¹²Universitas Negeri Medan

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 2026

Revised Aug 20th, 2026

Accepted Jun 26th, 2026

Kata Kunci:

Manajemen Risiko

Risiko Strategis

Risiko Reputasi

ABSTRAK

Manajemen risiko telah menjadi elemen penting dalam menjaga keberlanjutan organisasi di tengah persaingan, perubahan lingkungan bisnis, dan meningkatnya tuntutan para pemangku kepentingan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep, hubungan, serta strategi pengelolaan risiko strategis dan risiko reputasi melalui pendekatan tinjauan literatur. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah jurnal ilmiah, artikel, dan berbagai sumber akademik yang relevan serta diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Hasil kajian menunjukkan bahwa risiko strategis muncul akibat pengambilan keputusan yang kurang tepat, perubahan pasar, persaingan, serta kegagalan organisasi dalam beradaptasi terhadap dinamika lingkungan. Sementara itu, risiko reputasi berkaitan dengan persepsi negatif para pemangku kepentingan yang disebabkan oleh masalah kualitas layanan, krisis komunikasi, pelanggaran etika, dan kegagalan operasional. Tinjauan ini juga menunjukkan bahwa kedua jenis risiko tersebut saling berkaitan dan perlu dikelola secara terintegrasi agar organisasi dapat mempertahankan kinerja, kepercayaan, dan keberlanjutan jangka panjang.

ABSTARCT

Risk management has become an important element in maintaining organizational sustainability amid competition, business environment changes, and increasing stakeholder demands. This article aims to examine the concepts, relationships, and management strategies of strategic risk and reputational risk through a literature review approach. The method used is a literature study by reviewing relevant scientific journals, articles, and academic sources published within the last ten years. The findings show that strategic risk arises from inappropriate decision-making, market changes, competition, and an organization's failure to adapt to environmental dynamics. Meanwhile, reputational risk is associated with negative stakeholder perceptions caused by service quality issues, communication crises, ethical violations, and operational failures. This review also indicates that both risks are interrelated and need to be managed in an integrated manner so that organizations can maintain performance, trust, and long-term sustainability.



© 2021 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Jenia Silitonga
Universitas Negeri Medan
Email: jeniasilitongaa@gmail.com

Latar Belakang

Perkembangan lingkungan organisasi yang semakin kompleks membuat manajemen risiko menjadi bagian penting dalam proses pengelolaan organisasi. Organisasi pada masa sekarang tidak hanya menghadapi risiko yang berkaitan dengan keuangan, tetapi juga menghadapi berbagai risiko nonkeuangan yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan, keberlanjutan, serta kepercayaan para pemangku kepentingan. Perubahan teknologi, persaingan yang semakin ketat, tuntutan regulasi, perubahan perilaku konsumen, hingga penyebaran informasi melalui media digital merupakan beberapa faktor yang membuat organisasi perlu memiliki sistem pengelolaan risiko yang lebih baik.

Manajemen risiko pada dasarnya merupakan proses yang dilakukan organisasi untuk mengenali, menilai, mengendalikan, dan memantau berbagai ketidakpastian yang dapat memengaruhi tujuan organisasi. Risiko tidak selalu dipahami sebagai kerugian, tetapi juga dapat menjadi peluang apabila dikelola dengan tepat. Oleh sebab itu, organisasi perlu memahami risiko sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Dengan adanya manajemen risiko, organisasi dapat lebih siap menghadapi ancaman, memanfaatkan peluang, dan mengurangi dampak negatif dari ketidakpastian.

ISO 31000:2018 menjelaskan bahwa manajemen risiko perlu menjadi bagian dari tata kelola, kepemimpinan, strategi, dan proses organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko tidak hanya menjadi tugas satu bagian tertentu, tetapi harus terintegrasi dalam seluruh aktivitas organisasi. Jika manajemen risiko hanya dijalankan secara formal tanpa penerapan yang nyata, maka organisasi tetap akan kesulitan dalam menghadapi risiko yang muncul. Oleh karena itu, manajemen risiko harus dipahami sebagai bagian penting dari budaya organisasi dan pengambilan keputusan strategis.

Salah satu risiko penting yang perlu diperhatikan oleh organisasi adalah risiko strategis. Risiko strategis berkaitan dengan kemungkinan kegagalan organisasi dalam menentukan arah, membuat keputusan, atau menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan. Risiko ini dapat muncul ketika organisasi salah membaca peluang pasar, tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi, gagal berinovasi, atau tidak memiliki strategi yang sesuai dengan kondisi eksternal. Dalam jangka panjang, risiko strategis dapat menyebabkan penurunan kinerja, hilangnya daya saing, bahkan kegagalan organisasi dalam mempertahankan keberlanjutannya.

Dhlamini (2022) menyatakan bahwa risiko strategis menjadi salah satu isu penting dalam kajian manajemen risiko karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan organisasi. Risiko ini tidak hanya muncul dari faktor internal seperti lemahnya tata kelola, kesalahan pengambilan keputusan, dan kurangnya koordinasi antarbagian, tetapi juga dapat muncul dari faktor eksternal seperti perubahan regulasi, kondisi ekonomi, persaingan industri, dan perubahan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, organisasi perlu memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi perubahan sejak dini dan merumuskan strategi yang adaptif.

Selain risiko strategis, organisasi juga perlu memperhatikan risiko reputasi. Risiko reputasi berkaitan dengan menurunnya kepercayaan para pemangku kepentingan akibat adanya persepsi negatif terhadap organisasi. Reputasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat penting karena dapat memengaruhi hubungan organisasi dengan pelanggan, investor, karyawan, masyarakat, pemerintah, dan pihak lainnya. Reputasi yang baik dapat memperkuat posisi organisasi, meningkatkan loyalitas, serta mendukung pencapaian tujuan jangka panjang. Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat menurunkan kepercayaan dan berdampak pada keberlanjutan organisasi.

Risiko reputasi dapat muncul dari berbagai sumber, seperti kualitas layanan yang buruk, pelanggaran etika, kesalahan komunikasi, krisis organisasi, ketidakpuasan pelanggan, isu negatif di media sosial, serta kegagalan dalam memenuhi harapan pemangku kepentingan. Menurut Eckert (2017), risiko reputasi menjadi semakin penting karena reputasi perusahaan sulit didefinisikan dan diukur secara pasti, tetapi dampaknya dapat sangat luas. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi tidak hanya berkaitan dengan citra, tetapi juga berkaitan dengan persepsi dan kepercayaan publik terhadap tindakan organisasi.

Pada era digital, risiko reputasi menjadi lebih sulit dikendalikan karena informasi dapat menyebar dengan sangat cepat. Keluhan pelanggan, isu internal, atau kesalahan kecil dalam pelayanan dapat dengan mudah tersebar melalui media sosial dan memengaruhi persepsi masyarakat. Kondisi ini membuat organisasi harus semakin berhati-hati dalam mengambil keputusan, memberikan pelayanan, dan merespons masalah. Nobanee et al. (2023) menjelaskan bahwa kajian tentang risiko reputasi semakin berkembang karena reputasi memiliki hubungan dengan keberlanjutan, tanggung jawab sosial, manajemen risiko, dan kinerja organisasi.

Risiko strategis dan risiko reputasi memiliki hubungan yang erat. Keputusan strategis yang tidak tepat dapat menyebabkan munculnya risiko reputasi. Misalnya, organisasi yang melakukan perubahan besar tanpa perencanaan matang dapat mengalami kegagalan operasional yang kemudian menurunkan kepercayaan publik. Sebaliknya, reputasi yang buruk juga dapat menghambat pelaksanaan strategi organisasi karena berkurangnya kepercayaan dari pelanggan, investor, dan pihak eksternal lainnya. Oleh karena itu, kedua risiko ini perlu dikelola secara terpadu.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji manajemen risiko strategis dan risiko reputasi dalam mendukung keberlanjutan organisasi. Artikel ini menggunakan pendekatan tinjauan pustaka dengan menganalisis berbagai literatur yang relevan mengenai manajemen risiko, risiko strategis, risiko reputasi, dan keberlanjutan organisasi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya integrasi pengelolaan risiko strategis dan reputasi dalam proses pengambilan keputusan organisasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi literatur (tinjauan pustaka). Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan menelaah berbagai sumber sekunder, yaitu berupa jurnal ilmiah, artikel, serta publikasi akademik lainnya yang secara spesifik membahas mengenai manajemen risiko, risiko strategis, risiko reputasi, dan keberlanjutan organisasi.

Untuk memastikan relevansi dan kebaruan konteks yang dikaji, kriteria pemilihan literatur dibatasi pada sumber-sumber yang diterbitkan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Setelah berbagai literatur tersebut dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis secara deskriptif. Peneliti membandingkan dan menyintesis gagasan serta temuan dari penelitian-penelitian terdahulu untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan komprehensif terkait bagaimana integrasi pengelolaan risiko strategis dan reputasi dapat mendukung keberlangsungan suatu organisasi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa risiko strategis merupakan salah satu risiko utama yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi. Risiko ini memiliki cakupan yang luas karena berkaitan dengan keputusan tingkat tinggi dan arah masa depan organisasi. Berbeda dengan risiko operasional yang sering terlihat dalam aktivitas sehari-hari, risiko strategis biasanya berkaitan dengan kebijakan jangka panjang dan dampaknya dapat dirasakan secara bertahap.

Risiko strategis dapat muncul ketika organisasi tidak mampu memahami perubahan lingkungan. Misalnya, perubahan teknologi dapat membuat model bisnis lama menjadi tidak relevan. Organisasi yang tidak siap menghadapi perubahan digital berpotensi tertinggal dari pesaing. Selain itu, perubahan perilaku konsumen juga dapat menjadi sumber risiko strategis. Jika organisasi tidak mampu memahami kebutuhan baru konsumen, maka produk atau layanan yang ditawarkan dapat kehilangan daya tarik.

Dari sisi internal, risiko strategis dapat muncul akibat lemahnya kepemimpinan, kurangnya koordinasi, dan tidak adanya evaluasi strategi. Strategi yang baik tidak hanya harus dirancang dengan matang, tetapi juga harus dilaksanakan secara konsisten. Banyak organisasi memiliki rencana strategis, tetapi gagal dalam implementasi karena kurangnya sumber daya, lemahnya pengawasan, atau tidak adanya komunikasi yang efektif antarbagian. Kondisi ini dapat menimbulkan kesenjangan antara perencanaan dan pelaksanaan.

Dhlamini (2022) menekankan bahwa risiko strategis perlu dikaji secara serius karena banyak organisasi mengalami kegagalan bukan hanya karena faktor keuangan, tetapi karena ketidakmampuan dalam mengelola risiko strategis. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko strategis harus menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan. Setiap strategi yang dipilih perlu dianalisis potensi risikonya, termasuk kemungkinan dampaknya terhadap reputasi, keuangan, operasional, dan pemangku kepentingan.

Risiko reputasi juga memiliki peran yang sangat penting dalam keberlanjutan organisasi. Dalam banyak kasus, reputasi menjadi faktor yang menentukan kepercayaan publik. Organisasi yang memiliki reputasi baik cenderung lebih mudah memperoleh dukungan dari pelanggan, investor, karyawan, dan masyarakat. Sebaliknya, organisasi yang memiliki reputasi buruk akan menghadapi hambatan dalam membangun hubungan dengan pemangku kepentingan.

Salah satu karakteristik risiko reputasi adalah dampaknya yang dapat menyebar luas. Ketika sebuah organisasi mengalami masalah pelayanan, pelanggaran etika, atau krisis komunikasi, dampaknya tidak hanya terbatas pada pihak yang langsung terlibat. Isu tersebut dapat menyebar ke masyarakat luas melalui media massa dan media sosial. Akibatnya, organisasi tidak hanya menghadapi masalah teknis, tetapi juga masalah kepercayaan.

Eckert (2017) menjelaskan bahwa reputasi merupakan konsep yang kompleks karena berkaitan dengan persepsi berbagai pihak. Persepsi tersebut dapat terbentuk dari pengalaman langsung maupun informasi yang diperoleh dari pihak lain. Oleh karena itu, organisasi perlu menjaga konsistensi antara apa yang dijanjikan dan apa yang diberikan. Ketidaksesuaian antara janji dan kenyataan dapat menimbulkan kekecewaan, yang kemudian berkembang menjadi risiko reputasi.

Dalam konteks organisasi modern, risiko reputasi sering kali berhubungan dengan transparansi dan akuntabilitas. Pemangku kepentingan tidak hanya menilai hasil akhir, tetapi juga proses yang dilakukan organisasi. Organisasi yang tidak transparan, tidak responsif, atau tidak memiliki etika dalam menjalankan aktivitasnya akan lebih mudah mengalami penurunan reputasi. Karena itu, reputasi harus dibangun melalui tindakan nyata, bukan hanya melalui promosi atau komunikasi publik.

Kajian literatur juga menunjukkan bahwa risiko strategis dan risiko reputasi saling berkaitan. Hubungan keduanya dapat dilihat dari bagaimana keputusan strategis memengaruhi persepsi

publik. Misalnya, keputusan organisasi untuk mengurangi kualitas layanan demi menekan biaya dapat dianggap sebagai strategi efisiensi. Namun, jika keputusan tersebut menyebabkan pelanggan kecewa, maka strategi tersebut dapat berubah menjadi risiko reputasi. Dalam kondisi seperti ini, kesalahan strategi tidak hanya memengaruhi operasional, tetapi juga merusak kepercayaan.

Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat menjadi risiko strategis. Organisasi yang kehilangan kepercayaan publik akan sulit menjalankan strategi pertumbuhan. Pelanggan mungkin berpindah ke pesaing, investor menjadi ragu, dan karyawan kehilangan motivasi. Priyarsono (2021) menyatakan bahwa manajemen risiko reputasi dalam konteks perguruan tinggi dapat digolongkan sebagai bagian dari risiko strategis karena membutuhkan keterlibatan lintas fungsi dan dukungan pimpinan puncak. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi bukan hanya persoalan citra, tetapi bagian dari strategi organisasi.

Pada sektor perbankan, reputasi memiliki pengaruh yang sangat besar karena bisnis perbankan sangat bergantung pada kepercayaan. Suhaimi (2021) menjelaskan bahwa penerapan manajemen risiko pada Bank Syariah Indonesia mencakup tata kelola risiko, kerangka manajemen risiko, kecukupan proses manajemen risiko, serta sistem pengendalian internal. Jika manajemen risiko tidak berjalan dengan baik, maka kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan dapat menurun. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan risiko reputasi perlu didukung oleh sistem manajemen risiko yang kuat.

Dalam organisasi bisnis, risiko strategis dan reputasi juga berkaitan dengan daya saing. Organisasi yang mampu mengelola risiko secara efektif akan lebih siap menghadapi perubahan pasar. Selain itu, organisasi yang menjaga reputasi dengan baik akan memiliki posisi yang lebih kuat di mata pelanggan. Reputasi yang positif dapat menjadi keunggulan kompetitif karena tidak mudah ditiru oleh pesaing. Namun, reputasi tersebut harus dipertahankan melalui kualitas layanan, komunikasi yang baik, dan konsistensi tindakan.

Pengelolaan risiko strategis dan reputasi memerlukan pendekatan yang terintegrasi. Pendekatan ini berarti bahwa organisasi tidak boleh mengelola risiko secara terpisah antarbagian. Risiko strategis tidak hanya menjadi tanggung jawab pimpinan, dan risiko reputasi tidak hanya menjadi tanggung jawab bagian hubungan masyarakat. Keduanya harus dipahami sebagai risiko organisasi yang memerlukan koordinasi lintas fungsi. Setiap bagian organisasi memiliki peran dalam menjaga keberhasilan strategi dan reputasi.

Salah satu strategi penting dalam mengelola risiko strategis adalah melakukan analisis lingkungan secara berkala. Organisasi perlu memantau perubahan ekonomi, teknologi, regulasi, dan perilaku pemangku kepentingan. Dengan pemantauan tersebut, organisasi dapat menyesuaikan strategi sebelum risiko berkembang menjadi masalah yang lebih besar. Selain itu, organisasi perlu melakukan evaluasi terhadap strategi yang telah berjalan untuk memastikan bahwa strategi tersebut masih relevan dengan kondisi yang dihadapi.

Untuk mengelola risiko reputasi, organisasi perlu membangun sistem komunikasi yang efektif. Komunikasi yang baik membantu organisasi menjelaskan kebijakan, merespons keluhan, dan menangani krisis dengan lebih cepat. Ketika terjadi masalah, organisasi perlu bersikap terbuka, bertanggung jawab, dan memberikan solusi yang jelas. Respons yang lambat atau tidak konsisten dapat memperburuk persepsi publik. Oleh karena itu, komunikasi krisis menjadi salah satu bagian penting dalam pengelolaan risiko reputasi.

Selain komunikasi, organisasi juga perlu memperkuat budaya etika. Banyak risiko reputasi muncul karena pelanggaran etika, penyalahgunaan wewenang, atau tindakan yang tidak sesuai dengan nilai organisasi. Dengan budaya etika yang kuat, anggota organisasi akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan dan bertindak. Budaya etika juga membantu organisasi mencegah masalah sebelum berkembang menjadi krisis reputasi.

Kepemimpinan juga menjadi faktor penting dalam pengelolaan risiko strategis dan reputasi. Pimpinan organisasi memiliki peran dalam menetapkan arah, membangun budaya risiko, dan memastikan bahwa manajemen risiko berjalan secara konsisten. Tanpa dukungan pimpinan, pengelolaan risiko sering kali hanya bersifat formalitas. Sebaliknya, ketika pimpinan memberikan perhatian serius terhadap risiko, seluruh bagian organisasi akan lebih memahami pentingnya pengelolaan risiko.

Berdasarkan sintesis literatur, terdapat beberapa langkah yang dapat diterapkan organisasi dalam mengelola risiko strategis dan reputasi. Pertama, organisasi perlu memasukkan manajemen risiko ke dalam proses perencanaan strategis. Kedua, organisasi perlu membangun sistem pemantauan terhadap perubahan lingkungan. Ketiga, organisasi perlu memperkuat tata kelola dan pengendalian internal. Keempat, organisasi perlu meningkatkan kualitas layanan dan kepatuhan terhadap etika. Kelima, organisasi perlu menyiapkan mekanisme komunikasi krisis. Keenam, organisasi perlu melakukan evaluasi berkala terhadap risiko dan strategi yang dijalankan.

Dengan demikian, keberhasilan organisasi dalam menjaga keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh kemampuan mengelola risiko. Risiko strategis dan reputasi merupakan dua risiko yang harus dipahami secara bersamaan karena keduanya dapat saling memengaruhi. Organisasi yang mampu mengelola kedua risiko ini secara terintegrasi akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan, berkembang, dan mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil tinjauan pustaka, dapat disimpulkan bahwa risiko strategis dan risiko reputasi merupakan dua jenis risiko yang sangat penting dalam keberlanjutan organisasi. Risiko strategis berkaitan dengan ketidaktepatan keputusan, lemahnya kemampuan adaptasi, serta kegagalan organisasi dalam merespons perubahan lingkungan. Sementara itu, risiko reputasi berkaitan dengan persepsi negatif para pemangku kepentingan yang dapat menurunkan kepercayaan dan legitimasi organisasi.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa kedua risiko tersebut saling berkaitan. Kesalahan strategi dapat memicu kerusakan reputasi, sedangkan reputasi yang buruk dapat menghambat pelaksanaan strategi organisasi. Oleh sebab itu, pengelolaan keduanya perlu dilakukan secara terintegrasi melalui tata kelola yang baik, komunikasi yang efektif, penguatan budaya risiko, serta keterlibatan pimpinan dalam proses pengambilan keputusan.

Rekomendasi yang dapat diberikan adalah agar organisasi mengembangkan sistem manajemen risiko terpadu yang menempatkan risiko strategis dan reputasi sebagai bagian penting dari perencanaan jangka panjang. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian ini dengan menelaah penerapan risiko strategis dan reputasi pada sektor tertentu, seperti perbankan, pendidikan, kesehatan, atau sektor publik.

Daftar Pustaka

- Alya, B. Z., Hanum, F., & Rizal, M. (2026). Peran Teknologi Informasi dalam Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Studi Literatur tahun 2023-2025. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 18-26.
- Anton, S. G., & Nucu, A. E. A. (2020). Enterprise risk management: A literature review and agenda for future research. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(11), 281. <https://doi.org/10.3390/jrfm13110281>
- Bohnert, A., Gatzert, N., Hoyt, R. E., & Lechner, P. (2019). The drivers and value of enterprise risk management: Evidence from ERM ratings. *The European Journal of Finance*, 25(3), 234–255. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2018.1514314>

- Callahan, C., & Soileau, J. (2017). Does enterprise risk management enhance operating performance? *Advances in Accounting*, 37, 122–139. <https://doi.org/10.1016/j.adiac.2017.01.001>
- Chairani, C., & Siregar, S. V. (2021). The effect of enterprise risk management on financial performance and firm value: The role of environmental, social and governance performance. *Meditari Accountancy Research*, 29(3), 647–670. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2019-0549>
- Dhlamini, J. (2022). Strategic risk management: A systematic review from 2001 to 2020. *Journal of Contemporary Management*, 19(2), 212–237. <https://doi.org/10.35683/jcm22008.165>
- Eckert, C. (2017). Corporate reputation and reputation risk: Definition and measurement from a risk management perspective. *The Journal of Risk Finance*, 18(2), 145–158. <https://doi.org/10.1108/JRF-06-2016-0075>
- Florio, C., & Leoni, G. (2017). Enterprise risk management and firm performance: The Italian case. *The British Accounting Review*, 49(1), 56–74. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2016.08.003>
- Gatzert, N. (2015). The impact of corporate reputation and reputation damaging events on financial performance: Empirical evidence from the literature. *European Management Journal*, 33(6), 485–499. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.10.001>
- Gatzert, N., & Schmit, J. (2016). Supporting strategic success through enterprise-wide reputation risk management. *The Journal of Risk Finance*, 17(1), 26–45. <https://doi.org/10.1108/JRF-09-2015-0083>
- International Organization for Standardization. (2018). *ISO 31000:2018 risk management—Guidelines*. International Organization for Standardization.
- Karanja, E. (2017). Does the hiring of chief risk officers align with the COSO/ISO enterprise risk management frameworks? *International Journal of Accounting & Information Management*, 25(3), 274–295. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-04-2016-0037>
- Khan, M. J., Hussain, D., & Mehmood, W. (2016). Why do firms adopt enterprise risk management? Empirical evidence from France. *Management Decision*, 54(8), 1886–1907. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2015-0400>
- Korzhevskiy, I., & Mihus, I. (2022). Business reputation of enterprises: Definitions, structure and reputation risk management. *Economics, Finance and Management Review*, 3, 89–99. <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2022-3-89>
- Muh Nur. G. A., Pralebda, S. A., Marina, H., Zakariya, Sri, S., Eka, S., Sapto, A., Heru, P., & Moch Amin. A. (2018). Physicochemical properties of *Bruguiera gymnorrhiza* flour (BGF). *International Food Research Journal*, 25(5):1852-1857.
- Nobanee, H., Alhajar, M., Abushairah, G., & Al Harbi, S. (2021). Reputational risk and sustainability: A bibliometric analysis of relevant literature. *Risks*, 9(7), 134. <https://doi.org/10.3390/risks9070134>
- Nobanee, H., Elsaied, F. A., Alhajar, M., Abushairah, G., & Al Harbi, S. (2023). Reputational risk: A bibliometric review of relevant literature. *Emerging Science Journal*, 7(2), 654–675. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2023-07-02-025>
- Priyarsono, D. S. (2021). Manajemen risiko reputasi perguruan tinggi dan *World University Rankings*. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(1), 51–58. <https://doi.org/10.33541/mr.v2i1V.4098>

Suhaimi, A. (2021). Studi manajemen risiko pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 73–78. <https://doi.org/10.33541/mr.v2il.3438>