



Inovasi Green Banking pada Layanan Perbankan Syari'ah

Cania Anggita Putri^{1*}, Muhammad Iqbal Fasa², Suharto³, Adib Fachri⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

*Corresponding Author: caniaagtputri@gmail.com

Abstract

Concern for the environment is now even more intensive than in the past. This concern comes from various organizations, one of which is from banks bringing the idea of Green Banking. Green banking is an environmentally friendly bank activity by considering three aspects: the 3P, (profit, planet and people). This study aims to analyze the relationship between electronic banking as operational support and customer service improvement. Banks can also facilitate and be more environmentally friendly, for example by reducing paper in every transaction or using recycled materials. Thus, it improves the quality of bank services that will be perceived by customers. This research is a qualitative research with descriptive method and the analysis is based on literature study. The results of this study are intended for banks who want to implement or have implemented Green Banking, where knowledge of Green Banking is believed to improve service quality.

Keywords:

Green Banking; Innovation; Banking Services

Abstrak

Kepedulian terhadap lingkungan kini sudah merata lebih intensif dari beberapa waktu sebelumnya. Kekhawatiran ini datang dari berbagai organisasi, salah satunya dari bank membawa ide *Green Banking*. Perbankan hijau adalah kegiatan bank yang ramah lingkungan dengan mempertimbangkan tiga aspek: 3P yaitu *profit* (pencapaian laba), *planet* (lingkungan) dan *people* (masyarakat). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara perbankan elektronik sebagai pendukung operasional dan peningkatan layanan pelanggan. Bank juga dapat memfasilitasi dan lebih ramah lingkungan misalnya dengan mengurangi kertas dalam setiap transaksi atau menggunakan daur ulang bahan. Dengan demikian, ini meningkatkan kualitas layanan bank yang akan dirasakan oleh pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan analisisnya didasarkan pada studi literatur. Hasil penelitian ini diperuntukan bagi pihak perbankan yang ingin mengimplementasikan atau telah mengimplementasikan *Green Banking*, dimana pengetahuan tentang *Green Banking* ini diyakini akan meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci:

Perbankan Hijau; Inovasi; Layanan Perbankan

How to cite:

Putri, C. A., Fasa, M. I., Suharto, Fachri, A. (2022). Inovasi Green Banking pada Layanan Perbankan Syari'ah. *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking*, 2(2), 69–79. <https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v2i2.402>

1. Pendahuluan

Green Banking berarti segala bentuk layanan perbankan memiliki manfaat terhadap lingkungan (Lalon, 2015). Dengan kata lain berarti mendorong praktik ramah lingkungan dan mengurangi cetakan kaki karbon dari operasi perbankan. Lembaga keuangan, konstituen utama untuk pembangunan suatu negara, dapat meningkatkan tingkat layanan mereka bersama dengan peningkatan tanggung jawab sosial melalui praktik pembiayaan hijau (Islam et. al, 2014). Banyak bank modern melakukan upaya mempromosikan berbagai bentuk inisiatif perbankan hijau yang didorong oleh teknologi dan ramah lingkungan dalam kegiatan sehari-hari mereka (Silva, 2015). Dengan demikian, perbankan hijau telah menjadi konsep populer di dunia perbankan saat ini.

Bank dianggap sebagai tulang punggung ekonomi yang memiliki dampak langsung maupun tidak langsung terhadap kelestarian dan kerusakan lingkungan. Meskipun industri perbankan selalu dianggap ramah lingkungan tetapi saat ini penggunaan energi yang substansial (pencahayaannya, AC, komputasi) sangat meningkatkan jejak karbon bank. Oleh karena itu, untuk meminimalkan jejak karbon dan memastikan lingkungan yang berkelanjutan bank termotivasi untuk menggunakan teknologi ramah lingkungan dan produk hijau (Bhardwaj, 2013). Perbankan hijau menghindari penggunaan kertas sebisa mungkin dan mengandalkan transaksi online/elektronik. Lebih sedikit dokumen berarti lebih sedikit penebangan pohon yang dapat melestarikan lingkungan keberlanjutan (Singh, 2012). Bank memiliki tanggung jawab untuk mengurangi emisi karbon dan membantu pemerintah untuk meminimalkan hal tersebut dengan memperkenalkan konsep *green banking* untuk pembangunan berkelanjutan. Kebijakan pinjaman hijau dapat mendukung fortifikasi lingkungan dan memastikan proyek ramah lingkungan (Mani, 2011).

Setiap organisasi dituntut untuk berperilaku etis sebagai upaya untuk dapat memenuhi tekanan dari pihak eksternal seperti lingkungan dan masyarakat. Salah satu bentuk perilaku etis yang dilakukan organisasi adalah tidak semata-mata hanya fokus pada pencapaian laba (profit) tetapi juga memberikan perhatian pada aspek lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*) agar mampu menjaga keberlanjutan (*sustainability*) dalam jangka panjang. Bank sebagai suatu lembaga sektor keuangan juga tidak lepas dari tekanan untuk berperilaku etis. Hal tersebut untuk menjami agar bisnis perbankan tetap ramah lingkungan. Oleh karena itu perbankan perlu untuk melakukan pengelolaan risiko lingkungan dan sosial yang disebut *green banking*.

Perhatian terhadap aspek lingkungan dalam pembuatan keputusan bisnis akan dapat mengurangi dampak negatif dari aktivitas operasi lembaga keuangan sehingga dapat membantu upaya tanggung jawab sosial perusahaan (Shaumya & Arulrajah, 2016). Beragam cara dapat dilakukan dalam adopsi *green banking* seperti *online banking*, *internet banking*, *green checking account*, *green loan*, *mobile banking*, *electronic banking outlet* dan penghematan penggunaan energi yang berkontribusi pada program keberlanjutan lingkungan (Gupta, 2015).

Perbankan syari'ah dalam mendukung pelaksanaan *green banking* selalu melakukan inovas layanan.

Salah satu inovasi yang digunakan saat ini adalah penggunaan perangkat elektronik seperti *ATM*, *internet banking* dan *mobile banking*. Selain itu di era *financial digital* seperti saat ini, industri perbankan syariah dapat memanfaatkan peluang agar mampu tumbuh menjadi industri yang kontributif dan kuat baik di dalam maupun di luar negeri. Industri perbankan syariah dapat memanfaatkan berbagai peluang, yaitu dengan menyediakan inovasi produk yang menyediakan beragam pilihan dan memperluas jangkauan pada masyarakat (Ulum, 2014).

Electronic banking (E-Banking) merupakan suatu aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. Fungsi penggunaannya mirip dengan mesin ATM dimana sarananya saja yang berbeda, seorang nasabah dapat melakukan aktifitas pengecekan saldo rekening, transfer dana antar rekening atau antarbank, hingga pembayaran tagihan-tagihan rutin bulanan seperti listrik, telepon, kartu kredit dan sebagainya (Firstly, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan penerapan *green banking* pada perbankan syariah. Dengan adanya gambaran seperti tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait penerapan *green banking* pada bank syariah.

2. Literatur Review

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Terra Saptina Maulani (2015), menunjukkan bahwa penerapan *green banking* merupakan salah satu inovasi produk dalam layanan perbankan. Layanan perbankan yang dimaksud seperti pengurangan pemborosan kertas dan energi melalui pendekatan *internet banking*, sistem tagihan online serta pendaftaran nasabah. Selain itu, perhatian terhadap lingkungan yang berkelanjutan dapat meningkatkan *brand image* perbankan.

Lina Fatinah (2021) memaparkan terkait inovasi produk lembaga keuangan syariah yang ditinjau dari sisi historis dan teoritis. Penelitian ini mengacu pada perkembangan keuangan syariah di Indonesia dari masa ke masa. Perkembangan lembaga keuangan syariah termasuk perbankan telah mengalami perubahan signifikan. Hal ini tidak lepas dari regulasi yang menjadi pendukung dalam pengembangan produk (inovasi) di lembaga keuangan syariah. Susanto (2015) juga menjelaskan bahwa layanan *green banking* lebih ramah lingkungan.

Suryaman et. al. (2016) menjelaskan bahwa konsep *green banking* ini memperlihatkan implementasi konsep mengenai fungsi perbankan Indonesia yang secara umum diatur dalam Pasal 3 UU No. 7 Tahun 1992. Hal tersebut juga termasuk pengembangan teknologi informasi, yaitu pengembangan layanan *e-channel*. Kebijakan untuk program *green banking* diimplementasikan dengan mempertimbangkan dampak lingkungan dan kemudian mengalokasikan dana CSR.

Mieke Suharni (2008) menganalisis persepsi nasabah terhadap penerapan layanan *e-banking* sistem yang diterapkan oleh Bank Mandiri sejak akhir tahun 2005. Hasil dari penelitian ini secara keseluruhan menjelaskan ada persepsi yang berbeda dari pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan dan apa yang mereka dapatkan terkait dengan penerapan *e-banking* pada Bank Mandiri.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dimana dijelaskan suatu kejadian atau peristiwa agar mendapatkan hasil yang diinginkan (Soendari, 2012). Data penelitian ini didapat dengan cara menggunakan penelusuran pustaka (*library research*) (Surani, 2019). Penelusuran Pustaka yaitu penelitian yang menyelesaikan suatu permasalahan menggunakan sumber referensi berupa tulisan yang telah dibuat sebelumnya (Amalia, 2014).

4. Hasil dan Pembahasan

Inovasi

Perubahan lingkungan eksternal, seperti perubahan iklim, degradasi lingkungan dapat memicu

bank untuk menerapkan praktik bisnis hijau, yang tidak hanya memikirkan faktor keuntungan, tetapi orang dan aspek lingkungan. Hal ini mendorong inovasi dalam organisasi, terutama bank. Inovasi memainkan peran penting untuk keunggulan organisasi. Menurut Fonata (2011) inovasi adalah keberhasilan ekonomi karena pengenalan cara baru atau kombinasi baru cara lama mengubah input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam rasio antara nilai guna yang dirasakan oleh konsumen pada manfaat atau produk dan harga yang ditetapkan oleh produsen.

Istilah inovasi memang selalu diartikan secara berbeda-beda oleh beberapa ahli. Menurut Suryani (2008) inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang mengalami.

Pengembangan produk dan layanan perbankan syari'ah yang kompetitif dan berbasis kebutuhan masyarakat Indonesia merupakan kausalita (sebab-akibat) yang tidak bisa dipisahkan dengan realita di zaman modern seperti ini (Setiawan, 2014). Begitupun berlaku pada lembaga pasar modal syari'ah dan industri keuangan non-bank syari'ah. Semakin inovatif atau bervariasi produk lembaga keuangan syari'ah maka akan semakin berkembang pula lembaga keuangan syari'ah itu sendiri.

Inovasi hijau dapat didefinisikan dalam dua cara. Pertama, didefinisikan dengan mengacu pada niat inovator. Dalam hal ini pengertian lingkungan hidup inovasi hanya mencakup inovasi tersebut, yang dikembangkan dengan tujuan perlindungan lingkungan (Olofsdotter, 1999). Dengan menggunakan definisi berbasis niat ini, seseorang dapat melewatkan inovasi yang dapat berkontribusi pada produksi yang lebih hijau. Kedua, didasarkan pada kinerja lingkungan dari inovasi.

Istilah inovasi lingkungan mencakup proses, teknik, teknologi, praktik, sistem, produk, dan yang baru atau yang dimodifikasi jasa yang dengannya pencemaran lingkungan dapat dikurangi dan/atau dicegah (Arundel, 1998; Clayton, 1999). Dalam pengertian ini, lingkungan inovasi dapat dihasilkan oleh dan tanpa tujuan khusus perlindungan lingkungan. Tujuan bisnis tradisional seperti profitabilitas, manajemen kualitas, dan pengurangan biaya dapat menjadi variabel pendorong. Oleh karena itu, manfaat perusahaan yang diperoleh dari inovasi lingkungan dapat dikombinasikan dengan manfaat lingkungan.

Inovasi produk harus memerhatikan faktor manajemen risiko untuk meminimalkan risiko kerugian (Danila, 2014). Dalam rangka mewujudkan stabilitas keuangan, diperlukan koordinasi yang baik antara OJK dan pelaku usaha berkaitan dengan implementasi kebijakan yang tepat, sehingga stabilitas keuangan dapat tercapai. Dengan stabilitas keuangan yang baik, maka strategi inovasi produk bank dapat dilaksanakan oleh bank syari'ah.

Dalam melakukan pengembangan produk bank syari'ah, bank harus memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana dalam menyampaikan nilai (*value*) kepada masyarakat melalui produk baru. Hal lain yang perlu dilakukan adalah meningkatkan peran WGPS untuk meningkatkan kerjasama dalam berbagai macam kegiatan pengembangan produk perbankan syari'ah. Pengembangan produk yang dilakukan, harus selaras dengan fatwa DSN-MUI. Fatwa tersebut dapat dijadikan landasan dalam setiap upaya menciptakan variasi produk. Pemenuhan kepatuhan terhadap ketentuan syari'ah ini harus tetap dilakukan, meskipun produk yang disediakan sangat beragam dan dekat dengan masyarakat (Hafidz, 2015).

Green Banking

Green banking merupakan aktivitas bank mengarah pada praktik berwawasan lingkungan serta memiliki tanggung jawab lingkungan dalam menjalankan usahanya. Bank dalam aktivitasnya yang mempertimbangkan aspek lingkungan dalam pengambilan keputusan bisnis dapat mengurangi

dampak negatif dari operasional lembaga keuangan. Selain itu dapat membantu upaya tanggung jawab sosial perusahaan dalam mencapai keberlanjutan lingkungan. Berbagai cara dapat dilakukan dalam penerapan *green banking* seperti *online banking*, internet perbankan, rekening giro hijau, pinjaman hijau, *mobile banking*, outlet perbankan elektronik dan penghematan penggunaan energi yang berkontribusi pada program ramah lingkungan (Lilik Handajani et al, 2019). Masukujjaman & Aktar (2013) mengemukakan bahwa *green banking* adalah bank yang ramah lingkungan (*eco-friendly*) untuk menghindari kerusakan lingkungan, sehingga bumi menjadi menjadi tempat tinggal yang layak huni (*habitable*) melalui penyediaan produk perbankan hijau (*green product*) yang inovatif untuk mendukung inisiatif bank hijau.

Definisi *green banking* beragam, termasuk dalam hal ini dijelaskan bahwa ada yang beranggapan bahwa *green banking* mirip dengan etika bank, dimana bank memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan (Marzio, 2007). Sebenarnya istilah *green banking* memiliki cakupan yang lebih luas dari sekedar *green*, yang dikaitkan dengan lingkungan pembangunan. Namun, istilah tersebut juga mencakup pengembangan masyarakat menuju kehidupan sosial yang lebih baik. Prinsip dasar *green banking* adalah upaya untuk memperkuat kapabilitas manajemen risiko bank, khususnya terkait dengan lingkungan dan mendorong perbankan untuk meningkatkan portofolio pembiayaan ramah lingkungan seperti energi terbarukan, efisiensi energi, pertanian organik, ekowisata, transportasi ramah lingkungan, dan berbagai produk *eco-label* (Yuniarti, 2013).

Dalam dunia perbankan saat ini, konsep *green banking* telah diterapkan dalam rangka menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Perbankan hijau merupakan upaya bank untuk membuat industri tumbuh hijau dan dalam proses memulihkan lingkungan alam (Bhardwaj & Maholtra, 2013). Perbankan hijau mengacu pada bisnis perbankan yang dilakukan di area tersebut dan dengan cara yang membantu pengurangan keseluruhan emisi karbon eksternal dan jejak karbon internal (Green, 1989). *Green banking* berarti menggabungkan peningkatan operasional, teknologi dan perubahan kebiasaan nasabah dalam bisnis perbankan. Perbankan hijau mengacu pada seberapa ramah lingkungan bank, dan bagaimana komitmen mereka terhadap kebijakan hijau (Sharma et al, 2013). Orientasi konsep *green banking* tidak hanya terfokus pada momen, tetapi lebih fokus pada pembangunan berkelanjutan untuk masa depan.

Penerapan *green banking* tidak hanya memberikan manfaat pada lingkungan tetapi juga pada aktivitas perbankan yang lebih efisien. Ada tiga keuntungan yang diperoleh ketika perbankan menerapkan *green banking*. Pertama, dengan *green banking* semua transaksi dilakukan dengan *online banking* sehingga lebih *paperless*. Kedua, meningkatkan kesadaran kepada para pelaku bisnis akan pentingnya praktek bisnis yang ramah lingkungan. Ketiga, bank menyusun kebijakan pemberian pinjaman pada kegiatan usaha yang ramah lingkungan dan secara tidak langsung akan membuat pelaku bisnis mengubah bisnis mereka menjadi lebih ramah lingkungan (Rachman, 2018).

Vilano (2011) menyebutkan bahwa tidak mengejutkan jika industri keuangan mewakili persentase yang signifikan dari penggunaan kertas di seluruh dunia. Namun menurut Payit Green, sebuah proyek perusahaan keuangan yang dirancang untuk mempromosikan perbankan elektronik, jumlahnya benar-benar mengejutkan. Dalam satu tahun, dengan beralih dari kertas ke tagihan elektronik, laporan dan pembayaran, rata-rata rumah tangga Amerika akan menghemat 6,6 pon kertas, menghilangkan 171 pon kertas dari emisi gas rumah kaca, menghindari pelepasan 63 galon air limbah ke lingkungan dan melupakan kebutuhan 4,5 galon bensin untuk mengirimkan barang-barang kertas.

Perbankan Islam adalah Perbankan hijau. Perbankan hijau menghindari dokumen ke tingkat optimal dan fokus pada transaksi elektronik seperti penggunaan *ATM*, *mobile perbankan*, *perbankan online*, dll untuk berbagai transaksi perbankan oleh pelanggan. Transaksi elektronik tidak hanya membantu menuju keberlanjutan tetapi juga memberikan kemudahan bagi nasabah maupun bank. Lebih sedikit dokumen berarti lebih sedikit pemoangan pohon. Untuk menerapkan bisnis ramah

lingkungan, bank harus mengadopsi standar lingkungan pinjaman karena meningkatkan kualitas aset bank (Tara et. al., 2015).

Green banking menawarkan manfaat substansial termasuk peningkatan niat baik dan reputasi, loyalitas pelanggan, efek positif pada lingkungan dan kesederhanaan proses bank yang lebih dari manfaat moneter (Vijay & Natarajan, 2015). Ini juga membantu untuk membuat perusahaan sadar tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta dapat mempertahankan standar etika perbankan (Manzano et. al., 2009).

Layanan Perbankan Elektronik

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Pelayanan atau lebih dikenal dengan *Service* dapat di klasifikasikan sebagai :

- a. *Higt Contact Service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu terlibat dalam proses layanan jasa itu sendiri.
- b. *Low Contact Service*, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dengan penyedia jasa tidak terlalu tinggi.

Electronic banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain *ATM, phone banking, electronic fund transfer, internet banking, mobile phone*. Di dalam bisnis sektor perbankan terdapat *delivery channel* untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah yang berupa layanan yang menggunakan elektronik banking (*e-banking*). Beberapa manfaat *e-banking* bagi industri perbankan yaitu: *pertama*, menunjukkan merk yang lebih baik dan responsif terhadap pasar. *Kedua*, untuk memaksimalkan keuntungan bank dan pemiliknya. Layanan otomatis *e-banking* menawarkan kesempatan yang sempurna untuk memaksimalkan keuntungan. Nasabah perbankan yang menggunakan layanan internet banking cenderung memanfaatkan layanan untuk *delivery channel* baik berupa *internet banking, phone banking*, maupun *Automatic Teller Machine (ATM)* dengan cara saling melengkapi (Dabholkar, 1996).

Perbankan internet telah memberi bank jangkauan yang lebih luas dengan biaya yang sedikit lebih tinggi dan telah membantu meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menyediakan layanan perbankan di ujung jari mereka. Pelanggan sekarang dapat menangani transaksi seperti pembayaran, pengiriman uang, perdagangan, manajemen kekayaan, dan manajemen portofolio online. Hal ini secara signifikan mengurangi jejak pelanggan di kantor cabang (Manohar & Kumar, 2013). *Mobile banking* membuat pelanggan dapat memeriksa saldo rekening mereka, mentransfer dana, pembayaran tagihan, pemesanan tiket bus/pesawat, mengisi ulang ponsel prabayar dan melakukan lebih banyak hal dengan mudah dan aman. Perbankan melalui ponsel juga menguntungkan bank.

Perbankan hijau dapat diimplementasikan secara efisien melalui penggunaan teknologi. Sebuah bank dapat melakukan perbaikan di bidang operasional dengan mengganti layanan kurir harian dengan scan dan pengiriman elektronik. Karyawan dapat dikirimkan cek gaji dan cek penggantian secara elektronik untuk menghemat kertas. Penerapan sistem perbankan online juga dapat meningkatkan kenyamanan nasabah, pengurangan biaya yang dikeluarkan oleh bank dan peningkatan kinerja perbankan (Chadichal & Misra, 2015).

Green banking berfungsi dalam dua cara. Pertama, berkonsentrasi pada renovasi hijau dari operasi bagian dalam dari semua bank. Bank dalam kegiatannya harus menerapkan cara yang tepat untuk memanfaatkan energi terbarukan, beralih ke komputerisasi dan prosedur tambahan untuk mengurangi ketergantungan karbon. Kedua, semua bank harus menyetujui pembiayaan yang masuk

akal secara ekologis, dengan menekankan bahaya ekologis dari penugasan sebelum membuat penilaian pendanaan. Transfer dana online, pembayaran tagihan online, setoran jarak jauh, dan laporan mutasi online saat ini adalah beberapa langkah menuju perbankan hijau. Perbankan online dapat menghasilkan penghematan dari lebih sedikit kertas, lebih sedikit daya, dan lebih sedikit pengeluaran aset alami dari aktivitas perbankan. Salah satu dari kinerja perbankan individu ini dapat membantu dalam perlindungan lingkungan (Syamir, 2015).

Perbankan online atau konsep layanan perbankan berbasis situs web merupakan hal baru di negara berkembang. Perkembangan ini siap untuk mengubah wajah layanan perbankan di negara berkembang. Difusi teknologi baru dengan model penyebaran layanan yang ramah pengguna seharusnya untuk meningkatkan layanan perbankan dan mengembangkan hubungan dengan. Kualitas layanan terbukti menjadi prediktor kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Cronin & Taylor, 1992).

Wungwanitchakorn dalam Musiime & Ramadhan (2011) menunjukkan bahwa jika bank perlu memaksimalkan manfaat saluran elektronik, mereka harus mengidentifikasi cara layanan tersebut agar dirasakan oleh pengadopsi potensial. Dengan demikian mungkin ada aspek serupa dari produk berbasis teknologi yang mendorong pelanggan untuk mengadopsi dan mengarahkan mereka menuju kepuasan. Faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan mengadopsi internet banking diantaranya aksesibilitas, kenyamanan, privasi, biaya dan ketersediaan pengetahuan (Rastogi & Mehrotra, 2009).

Ketersediaan, kecepatan transaksi, keramahan pengguna, biaya dan kenyamanan diidentifikasi sebagai beberapa fitur yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada loket saluran hijau yang berfungsi di semua cabang *State Bank of India* (Moorthy dan Pradeepa, 2014). Mary (2015) menyimpulkan bahwa perhatian yang cukup besar harus diberikan pada fitur keamanan *e-banking*, yang akan mempengaruhi pelanggan dalam tingkat yang lebih besar, untuk menggunakan layanan tersebut. Studi Jani dalam Sudhalaksmi & Cinnadorai (2014) mengungkapkan bahwa bank harus menciptakan layanan yang dapat diakses, nyaman, ketepatan waktu, hemat biaya dengan cakupan jaringan yang baik, saat menggunakan e-teknologi di sektor perbankan ritel.

Untuk memahami harapan pelanggan, organisasi perlu tahu tentang apa yang benar-benar diinginkan pelanggan dari suatu produk dan layanan jika layanan berada di bawah tingkat harapan minimum. Pelanggan tidak akan tertarik apabila layanan melebihi layanan yang diinginkan oleh (Zeithaml, 2013). Saat ini, pelanggan mengharapkan aktivitas tanpa uang tunai dan akses 24 jam ke perbankan elektronik, sehingga perbankan hijau dapat menawarkan *e-card*, *internet banking*, *ATM* (Shampa & Jobaid, 2017).

Sebagai solusi pemanasan global, bank dapat membuat infrastruktur yang ramah lingkungan dengan menggunakan laptop, komputer desktop, bangunan hijau yang bertanggung jawab terhadap lingkungan yang efisien untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan mengharapkan bank dan lembaga keuangan mereka akan menggunakan bank dengan teknologi ramah lingkungan untuk efisiensi energi dan pemanfaatan sumber daya dengan menggunakan cabang bertenaga surya. *ATM* ramah lingkungan dan penggunaan perangkat yang kurang mengkonsumsi daya akan mengurangi cetakan kaki karbon dan membuat gambar yang jelas tentang inisiatif bank hijau (Sabharwal, 2013).

5. Kesimpulan

Green banking adalah bank yang kegiatan operasionalnya ramah lingkungan, memiliki tanggung jawab dan kinerja lingkungan serta mempertimbangkan aspek perlindungan lingkungan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam melakukan pengembangan produk bank syariah, bank harus memanfaatkan teknologi Informasi sebagai sarana dalam menyampaikan nilai (value) kepada masyarakat melalui produk baru. Perbankan hijau dapat diimplementasikan secara efisien melalui penggunaan teknologi dalam melakukan transaksi elektronik seperti penggunaan *ATM*, *mobile*

banking, online banking, dll untuk berbagai transaksi perbankan oleh pelanggan. Transaksi elektronik tidak hanya membantu menuju keberlanjutan tetapi juga memberikan kemudahan bagi nasabah maupun bank. Lebih sedikit dokumen berarti lebih sedikit pemotongan pohon. Dengan mengimplementasikan green banking pada layanan perbankan syariah elektronik (*e-banking*) sebagai sarana penunjang operasional dengan peningkatan layanan nasabah, menjadikan kondisi lingkungan lebih terjaga dan juga memudahkan konsumen untuk mengakses kebutuhannya dengan elektronik banking.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dipertimbangkan sebagai arah bagi penelitian di masa mendatang. Penelitian ini tidak menggunakan objek dan periode sebagai sumber informasi sekunder yang mungkin memiliki keterbatasan dalam melaporkan informasi tentang green banking sehingga ke depan penelitian dapat menggunakan sumber data primer melalui kuesioner maupun dengan pendekatan riset kualitatif.

Referensi

- Agrawal, R., Rastogi, S., Mehrotra, A. (2009). Customers' perspectives regarding e banking in an emerging economy, *Journal of retailing and consumer services*, 16, 340-351.
- Bai, Y. (2011). Financing a Green Future An examination of China's banking sector for green finance. *IIIEE Theses* 2011:02
- Bhardwaj, B. R., & Malhotra, A. (2013). Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate Entrepreneurship. *Greener Journal of Business and Management Studies*, 3(4), 180–193. <https://doi.org/10.15580/gjbms.2013.4.122412343>
- Bihari, S. C. (2011). Green banking-towards socially responsible banking in India. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 4(1), 82-87.
- Chadikal, Shilpa Santosh. Misra, Sheelan. 2015. Menggali Dimensi Servqual Berbasis Web Dalam Dampak Layanan Green Baniing Terhadap Pengembangan e-CRM. ProQu
- Clayton, A. – Spinardi, G. – Williams, R. et al. (1999): Policies for Cleaner Technology, A New Agenda for Government and Industry, Earthscan: London
- Dama Jihanti & Ogi Imelda W.J. 2018, "Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado", *Jurnal EMBA*, Vol.6 No.1 Januari 2018, Hal.41-50
- Danila, Nevi. 2014. "Inovasi Produk Syariah." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 3 (2). <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jma/article/view/259>.
- Firstly, K. (2013). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Resiko Transaksi dan Fitur Layanan Pada Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Manajemen*, Volume 1, 6.
- Green, CF (1989). Etika Bisnis di Perbankan. *Jurnal dari Etika Bisnis* 8.8:631– 634
- Gupta, J. (2015). Role of green banking in environment sustainability: A study of selected commercial banks in Himachal Pradesh. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2(8), 349-353
- Handajani, Lilik, Ahmad Rifai, and L. Hamdani Husnan. "Study of The Initiation of Green Banking Practices at State-Owned Bank." *Jurnal Economia* 15, no. 1 (2019): 1–16. doi:10.21831/economia.v15i1.21954.
- Hossen, M.M., M.N. Uddin and A. Hossain, 2014. E-commerce: A scrutiny about the environmental commerce through upgrading the environmental sustainability. *BUP Journal*, 1(2): 83-103.
- Islam, M. A., Yousuf, S., Hossain, K. F., & Islam, M. R., (2014). Green financing in Bangladesh: hallenges and opportunities- a descriptive approach", *International Journal of green economics*, 8(1), 74-91, abstract retrieved from www.sciencedirect.com/10.1504/IJGE.2014.064469
- K. Sudhalaksmi, K Chinnadorai, (2014). Green Banking Practices in Indian Bank, *International Journal of Management and Commerce Innovations*, Vol.2 No.1, h.232
- Kemp, R. – Arundel, A. (1998): Survey Indicators For Environmental Innovation, IDEA paper series, 8/1998, Step Group Norway, <http://www.sol.no/step/IDEA>
- Lalon, R.M. (2015). „Green banking; going green“, *International Journal of Economics, finance and management sciences*, 3(1),34- 42
- Malliga, A. L. & Revathi, K. (2016). "Customer awareness on green banking-an initiative by private sector banks in Theni district, *EPRA International Journal of Economics and business review*, 4(5), 58-66
- Markusson, N. – Olofsdotter, A. (2001): Drivers for Environmental Innovations, VINNOVA: Stockholm
- Mary, S.R. (2015). "A study on customer awareness and satisfaction towards e-banking services",

- Indian Journal of Applied research*, 5(6), 244-247
- Masukujjaman, M.D. & Aktar, S. (2013). Green Banking in Bangladesh : A Commitment towards the Global initiatives. *Journal of Business and Technology*, 8(1-2), 17-40
<https://doi.org/10.3329/jbt.v8i1-2.18284>
- Moorthi, D. & Pradeepa, V. (2014). „Customer satisfaction towards SBI green channel counter, an empirical study“, *International Journal of Informative and Futuristic research*, 2(2), 319-325.
- M. Hafidz MS., AM. 2015. “Keterlekatan Sosial Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia.” *Jurnal Hukum Islam* 13 (2): 70–78. <https://doi.org/10.28918/jhi.v13i2.486>.
- Musiime, A. & Ramadhan, M. (2011). Internet banking, consumer adoption and customer satisfaction, *African journal of marketing management*, 3(10), 261-269, <http://academicjournals.org/AJMM>
- Nazim Mohammad Uddin & Ahmmmed Monir. Islamic Banking and Green Banking for Sustainable Development: Evidence from Bangladesh. *Journal of Islamic Economics*, Vol. 10 (1), January 2018
- Pinter, Eva. Jerman, Nicolett. Ottmar, Zoltan. (2006) Garis Arah Baru Pembangunan Berkelanjutan dan Pemasaran dalam Perbankan Hijau. Jaringan Penelitian Ilmu Sosial
- Rusdianti, E., Purwantini, S., Wardoyo, P., Index, S., Performance, A. I., Index, C. S., Kartesius, D. (2016). Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Bni E – Banking, 18, 226–240.
- Sabharwal, M. 2013. The Use of Eco-Friendly Technology and Gree Methods to Bring Down the Carbon Footprint by Indian Banks, *Masters International Journal of Management Research and Development (MIJMRD)*, 1(1), 76-85.
- Saravanaselvi, Sangeetha, (2016). Green Banking in India, *Primax International Journal of Commerce and Management Research*, Vol.IV (Issue 1), h.119
- Setiawan, Iwan, (2014), Metodologi Penetapan Hukum Fidusia dan Kritik Terhadap Dualisme Kelembagaan Fidusia Syariah dan Peraturan Perundang-undangannya , dalam *International Journal of Nusantara Islam*, Vol .02 No .02, hlm. 89-100
- Shampa, T.S., & Jobaid, M.I. (2017). Factors Influencing Customers’ Expectation Towards Green Banking Practices in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 9(12), 140-152.
- Sharma, N., Sarika, K dan Gopal, R. (2013). Sebuah Studi Tentang Kesadaran Pelanggan tentang Inisiatif Perbankan Hijau di Bank Sektor Publik dan Swasta Terpilih dengan Referensi Khusus ke Mumbai. *IOSR Journal of Economic and Finance* hal.28-35
- Shaumya, K. & Arulrajah, A.A. (2016). Measuring Green Banking Practices: Evidence from Sri Lanka. *13th International Conference on Business Management 2016*. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2909735> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2909735>
- Silva, V.D. (2015). „How green is your bank?“ *Journal of association of professional bankers in Sri Lanka*,
Suharini Mieke, "Persepsi Nasabah terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 15, No. 3, Sept—Des 2008, hal. 168-177
- Suryani, Tatik, 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Graha Ilmu. Yogyakarta
- Syamir, Ahmad. 2015. Perbankan Hijau untuk Lingkungan yang Sehat. ProQuest
- Tara, K., S. Singn., & R. Kumar. (2015). Green Banking for Environmental Management: A Paradigm Shift. *Current World Environment*. 10 (3): 1029-1038.
- Werdi Hani A. “Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.09, Nomor. 1 (2018), <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica>
- Zamil, F. and M.M. Hossen, 2012. Problems and prospects of telecommunication sector of Bangladesh: A critical review. *New Media and Mass Communication*, 4: 16-25.
- Zeithaml, V., A., Bitner, M., J., Gremler, D., D. and Pandit, A. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firms, 6th edition, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi.

Zhixia, C., Hossen, M. M., Muzafary, S. S. & Begum, M. (2018). Green banking for environmental sustainability-present status and future agenda: Experience from Bangladesh. *Asian Economic and Financial Review*, 8(5), 571–585. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2018.85.571.585>