



## Peran Green Banking dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syari'ah

Widia Rahmadani<sup>1</sup>, Muhammad Iqbal Fasa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan

Lampung, Lampung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>rwidia2810@gmail.com

### Informasi Artikel

Submitted : 14-01-2025

Accepted : 15-02-2025

Published : 20-02-2025

### Keywords:

Green Banking

Loyalty

Islamic Bank

### Abstract

*Amid increasingly alarming global warming issues, environmental degradation is not only an ecological concern but also involves economic and social aspects. The banking sector, particularly Islamic banking, holds significant potential to contribute to promoting sustainable and environmentally friendly practices. One concrete effort that can be made is through the implementation of the Green Banking concept. This concept integrates sustainability principles into every aspect of banking operations. The implementation of greener banking practices not only has a positive impact on environmental preservation but also offers advantages in terms of greater operational efficiency, reduced operational costs, and the strengthening of the bank's positive image in the eyes of customers. This study aims to analyze the role of Green Banking as a supporting factor in enhancing customer loyalty, particularly in the Islamic banking industry sector. The study is conducted using a qualitative approach with a descriptive method. The results of this research are expected to serve as recommendations for the banking sector in developing strategies to enhance customer loyalty through Green Banking indicators.*

### Abstrak

Ditengah isu pemanasan global yang semakin mengkhawatirkan, kerusakan lingkungan tidak hanya menjadi persoalan ekologis semata, melainkan juga menyangkut aspek ekonomi dan sosial. Dunia perbankan, khususnya perbankan syariah memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam mendorong praktik-praktik yang berkelanjutan dan ramah terhadap lingkungan. Salah satu upaya nyata yang dapat dilakukan yaitu melalui implementasi konsep *Green Banking*. Konsep ini mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam setiap aktivitas operasional perbankan. Penerapan praktik perbankan yang lebih hijau tidak hanya berdampak positif bagi kelestarian lingkungan, tetapi juga mampu memberikan keuntungan dalam hal efisiensi operasional yang lebih besar, pengurangan biaya operasional, serta memperkuat citra positif bank di mata nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Green Banking* sebagai faktor pendukung dalam meningkatkan loyalitas, khususnya pada sector industri perbankan syariah. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi rekomendasi bagi pihak perbankan untuk mendorong dalam strategi peningkatan loyalitas nasabah melalui indikator *Green Banking*.

**Kata Kunci:** Perbankan Hijau, Loyalitas, Bank Syari'ah

## 1. PENDAHULUAN

Penerapan konsep *Green Banking* dapat mengubah cara pandang serta perilaku bank dalam merespons peningkatan kesadaran global terhadap berbagai tantangan lingkungan yang semakin mendesak (Purnama Sari & Putri Adnyani, 2023). *Green Banking* merupakan sebuah konsep yang mengarahkan industri perbankan untuk berperan dalam mengurangi dampak negative terhadap lingkungan, khususnya pencemaran lingkungan. Hal ini dapat dilakukan bank dalam setiap proses pembiayaan proyek pembangunan harus mempertimbangkan dampak terhadap kelestarian lingkungan (Bhardwaj & Malhotra, 2013).

(Shaumya & Arulrajah) berpendapat bahwa bank syari'ah dalam menjalankan operasionalnya dituntut untuk memperhatikan dan mempertimbangkan aspek ramah lingkungan, selain mengurangi dampak buruknya dari kegiatan operasionalnya lembaga keuangan hal ini juga dapat membantu masyarakat dalam upaya tanggung jawab suatu perusahaan secara berkelanjutan.

*Green Banking* dapat diimplementasikan melalui berbagai cara, seperti menyediakan layanan perbankan online (*internet banking*), menawarkan produk-produk seperti rekening giro hijau, pinjaman hijau, *mobile banking*, outlet perbankan elektronik, dan konservasi energy yang bermanfaat bagi proyek lingkungan dengan menggunakan sistem yang lebih efisien dan ramah lingkungan (Gupta, 2015). Bank harus menerapkan prinsip *go green* dengan berperan aktif dalam menjaga lingkungan, mengadopsi teknologi ramah lingkungan, dan sistem manajemen yang baik. Selain melindungi lingkungan, langkah ini juga meningkatkan efisiensi operasional bank serta mengubah kebiasaan transaksi nasabah (Choudhury *et al.*, 2013).

Perbankan saat ini sedang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan nasabah dengan memberikan fasilitas transaksi keuangan yang mudah bagi para nasabah tersebut. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur yang digunakan oleh konsumen untuk menilai sejauh mana layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka. Dalam perkembangannya, perbankan syariah turut berinovasi dengan menghadirkan layanan berbasis digital guna meningkatkan kenyamanan dan efisiensi bagi nasabah. Beberapa layanan unggulan yang ditawarkan mencakup perbankan online (*online banking*) dan *mobile banking*, yang dirancang untuk memberikan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan (Laukkanen, 2007).

Salah satu manfaat penerapan *green banking* bagi perbankan adalah pengurangan penggunaan kertas dengan mengandalkan alternatif digital, seperti internet banking, SMS banking, dan ATM. Pendekatan ini mendukung konsep *paperless*, yang secara tidak langsung membantu mengurangi kebutuhan akan kayu dan menghambat laju deforestasi (Adlina & Seomitra, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan terkait peran *green banking* sebagai aspek meningkatkan loyalitas nasabah di industri perbankan.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang dirancang untuk memberikan gambaran mengenai suatu peristiwa atau fenomena guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode *library research*, yaitu pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber referensi yang ada dalam berbagai tulisan yang telah dipublikasikan sebelumnya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Konsep *Green Banking* dalam Bank Syariah

Green banking adalah konsep perbankan yang mencerminkan komitmen lembaga keuangan dalam menerapkan praktik dan kebijakan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan di bidang ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sebagai bagian dari upaya mendukung keberlanjutan, *green banking* mendorong sektor perbankan untuk berkontribusi dalam pengurangan pencemaran lingkungan melalui berbagai strategi, termasuk investasi pada proyek ramah lingkungan dan penerapan teknologi yang lebih efisien (Bhardwaj & Malhotra, 2013).

Konsep *green banking* memiliki hubungan yang sangat erat dengan istilah *green financing*, yang merujuk pada mekanisme pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada debitur atau pihak yang menjalankan usaha di sektor bisnis yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi kualitas lingkungan maupun terhadap kondisi sosial masyarakat (Radyati).

Terdapat tiga keuntungan utama dalam penerapan *green banking*. Pertama, digitalisasi layanan perbankan memungkinkan transaksi dilakukan secara online, sehingga mengurangi ketergantungan pada dokumen fisik dan menciptakan sistem yang lebih *paperless*. Kedua, *green banking* berperan dalam meningkatkan kesadaran di kalangan para pelaku bisnis tentang betapa pentingnya menerapkan praktik-praktik usaha yang mendukung kelestarian lingkungan. Ketiga, bank memiliki kesempatan untuk merancang kebijakan kredit yang mengutamakan pembiayaan bagi usaha-usaha yang memiliki dampak positif terhadap lingkungan (Rehman, et al., 2021).

Perbankan syariah secara alami selaras dengan konsep perbankan hijau (*green banking*) karena prinsip operasionalnya yang mengedepankan etika, keberlanjutan, dan kesejahteraan sosial. Sebagai bagian dari upaya mendukung lingkungan, perbankan hijau berfokus pada pengurangan penggunaan dokumen fisik hingga tingkat optimal dengan mengalihkan sebagian besar transaksi ke dalam bentuk digital. Hal ini mencakup layanan seperti ATM, *mobile banking*, *internet banking*, dan berbagai metode transaksi elektronik lainnya yang memberikan kemudahan bagi nasabah serta meningkatkan efisiensi operasional bank (Tara, Singh, & R, 2015).

Adapun fitur-fitur penting dalam perbankan hijau, seperti:

1. Bank dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan menyediakan layanan perbankan otomatis dan *internet banking*,
2. *Green banking* menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dan praktik bisnis yang etis untuk meminimalkan dampak negative terhadap masyarakat,
3. Dalam proses investasi dan pemberian pinjaman, bank secara konsisten mempertimbangkan faktor risiko lingkungan, seperti dampak terhadap ekosistem, emisi karbon, dan keberlanjutan bisnis yang dibiayai,
4. Bank dapat diharapkan dapat mendukung pertumbuhan industri yang berbasis teknologi hijau untuk tujuan sosial,
5. Penerapan *green banking* menciptakan suasana yang nyaman, sehat, dan menarik bagi karyawan serta nasabah.
6. Bank berperan dalam mengidentifikasi dan mengawasi proyek-proyek yang berorientasi pada pengurangan polusi, sekaligus menerapkan *Environmental Due Diligence* (EDD),
7. *Green banking* memiliki potensi untuk mengurangi biaya dan energi, yang dapat meningkatkan PDB negara,
8. *Green banking* membantu berbagai lembaga, masyarakat, dan negara dalam menciptakan kehidupan yang lebih bermatabat dan sejahtera, sekaligus mengurangi ketimpangan sosial melalui kebijakan keuangan yang lebih adil dan berkelanjutan (Lalon, 2015).

### 3.2 Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen yang kuat dan konsisten dari seorang individu untuk tetap memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan tertentu dalam jangka waktu panjang (Sitinjak, Jushermi, & Noviasari, 2015). Loyalitas pelanggan terbentuk melalui berbagai faktor yang saling berkaitan, mulai dari persepsi pelanggan terhadap perusahaan, kebiasaan dalam melakukan pembelian berulang, hingga efektivitas strategi pemasara yang diterapkan (Wilkins, Merrilees, & Herington, 2010). Persepsi pelanggan terhadap perusahaan mencakup citra merek, kualitas layanan, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan dan nilai-nilai mereka.

Kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan nasabah merupakan respon mereka terhadap kesenjangan antara ekspektasi awal yang mereka miliki dan pengalaman nyata yang diperoleh setelah menggunakan suatu produk atau layanan. Terdapat tiga indikator utama yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Pertama, seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan untuk memenuhi ekspektasi yang telah ditetapkan oleh pelanggan. Kedua,

tingkat kepuasan pelanggan ketika membandingkan layanan yang diterima dengan layanan serupa dari penyedia lain. Ketiga, minimnya atau bahkan tidak adanya keluhan atau pengaduan yang diajukan oleh pelanggan terkait produk atau layanan yang mereka terima (Asti Marlina, 2018).

Salah satu aspek penting dalam menilai kepuasan pelanggan adalah dimensi kualitas pelayanan (Lee, et al., 2021). Kepuasan pelanggan dalam perbankan syariah dapat diimplementasikan dengan penerapan konsep *green banking*. Bank berupaya mengenalkan dan mengedukasi pelanggan, baik yang sudah ada maupun calon nasabah, mengenai layanan perbankan tanpa kertas (*Paperless*) yang berbasis teknologi informasi (Fernando & Fernando, 2017).

Melalui penerapan konsep *green banking*, perbankan syariah berupaya memberikan layanan perbankan yang tidak hanya efisien dan modern, tetapi juga tetap berlandaskan prinsip-prinsip dasar keberlanjutan lingkungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam berbagai aspek layanan perbankan, sehingga nasabah dapat menikmati layanan yang lebih praktis, cepat, dan ramah lingkungan. Hal ini mencakup pemanfaatan layanan digital (*e-banking*) seperti *internet banking*, *mobile banking*, serta *SMS banking* (Gustya, Fasa, & Suharto, 2023).

Produk berbasis teknologi memiliki sejumlah aspek yang dapat mendorong pelanggan untuk menggunakannya, sekaligus membentuk pengalaman yang lebih positif dan mengarah pada kepuasan mereka. Dalam konteks layanan perbankan digital, terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk beralih dan menggunakan *internet banking*, yaitu kenyamanan, privasi, biaya, aksesibilitas, ketersediaan dan pengetahuan (Agrawal, Rastogi, & Mehrotra, 2009).

Keberadaan layanan *online banking* menjadi salah satu faktor pendorong dalam penerapan konsep *green banking*, terutama dalam mengadopsi teknologi ramah lingkungan (*green technology*). Perbankan digital membantu mengurangi penggunaan kertas, mendaur ulang limbah, serta membangun infrastruktur hemat energi. Selain itu, inisiatif ini berkontribusi dalam menurunkan emisi gas rumah kaca, menciptakan sistem perbankan yang lebih berkelanjutan (Gustya, Fasa, & Suharto, 2023).

Lebih dari sekadar efisiensi operasional, keterlibatan bank dalam merancang dan menerapkan kebijakan yang sejalan dengan prinsip *green banking* dapat memberikan dampak positif terhadap reputasi institusi keuangan tersebut. Hal ini tidak hanya membantu mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, tetapi juga menarik calon nasabah baru yang mendukung konsep keberlanjutan. Dengan demikian, penerapan prinsip-prinsip *green banking* tidak hanya memberikan dampak positif terhadap lingkungan, tetapi juga berfungsi sebagai strategi jangka panjang yang dapat memperkuat posisi kompetitif bank di masa depan (Lympelopoulous, Chaniotakis, & Soereli, 2012).

#### 4. KESIMPULAN

Penerapan *green banking* menuntut lembaga keuangan untuk mengutamakan keberlanjutan lingkungan dalam operasionalnya melalui pengurangan penggunaan kertas, efisiensi energi, dan adopsi teknologi ramah lingkungan. Digitalisasi layanan perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi dan mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga membantu bank dalam mengedukasi nasabah mengenai manfaat sistem keuangan berbasis teknologi.

Layanan perbankan digital akan meningkatkan efisiensi dan juga memperkuat reputasi bank, menjadikannya lebih menarik bagi calon nasabah dan karyawan di masa depan. Selain itu, bank yang menerapkan prinsip keberlanjutan akan lebih mampu memenuhi tanggung jawab sosialnya

terhadap komunitas lokal dan masyarakat di sekitarnya, menciptakan dampak positif yang lebih luas dalam mendukung ekosistem keuangan yang ramah lingkungan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adlina, & Seomitra, A. (2023). Implentasi Green Banking Dalam Perbankan Syariah Di Indonesia Studi Literatur. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, 6(1), 8-23. <https://doi.org/10.33395/juripol.v6i1>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2009.03.002>
- Amin, H., Isa, Z., & Fontaine, R. (2013). Islamic Banks: Perceived Service Quality and Customer Satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 4(2), 150-167. <https://doi.org/10.1108/02652321311298627>
- Asti Marlina, W. (2018). Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Inovator*. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Bhardwaj, B. R., & Malhotra, A. (2013). Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate Entrepreneurship. *Journal Of Business and Management Studies*, 3. <https://doi.org/10.15580/GJBMS.2013.4.122412343>
- Choudhury , T. T., Salim, M., Bashir, M. A., & Saha, P. (2013). Influence of Stakeholders in Developing Green Banking Products in Bangladesh. *Journal of Finance and Accounting*, 4(7), 67-77.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, Masalahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25-45. <https://doi.org/10.35632/ajis.v24i1.415>
- Fernando, P., & Fernando, K. (2017). Study of green banking practices in the Sri Lanka context: a critical review. In *Selected Papers from the Asia-Pacific Conference on Economics & Finance*, 125-143. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-3566-1\\_10](https://doi.org/10.1007/978-981-10-3566-1_10)
- Gupta, J. (2015). Role of Green Banking in Environment Sustainability: A Study of Selected Commercial Banks in Himachal Pradesh. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2(8), 349-353. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33734.78407>
- Gustya, A. A., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). URGENSI PENERAPAN GREEN BANKING SEBAGAI ASPEK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH. *Jural Akuntansi syariah*, 1(1), 55-61. <https://doi.org/10.24952/jaksya.v1i1.7664>
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2007). Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97-116. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9272-5>
- Lalon, R. M. (2015). Green banking: Going green. *International Journal of Economics, finance and management sciences*, 3(1), 34-42. <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20150301.15>
- Laukkanen, T. (2007). Internet vs mobile banking: comparing customer value perceptions. *Business process management journal*, 13(6), 788-797. <https://doi.org/10.1108/14637150710834550>

- Lee, S., Kwon, Y., Quoc, N. N., Danon, C., Mehler, M., Elm, K., et al. (2021). Red queen effect in german bank industry: Implication of Banking Digitalization for open innovation dynamics. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc7010090>
- Lymperopoulos, C., Chaniotakis, I., & Soereli, M. (2012). A model of green bank marketing. *Journal of Financial Services Marketing*, 17, 177-186. <https://doi.org/10.1057/fsm.2012.10>
- Mahmood, S., Rahman, A., & Sulaiman, M. (2020). Green Finance and Islamic Banking: A Conceptual Analysis. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 12(3), 123-140.
- Purnama Sari, D. M., & Putri Adnyani, I. A. (2023). Kepribadian Nasabah Mempengaruhi Adopsi dan Penggunaan Saluran Perbankan Hijau. *Journal Of Economics and Banking*, 5(1). <https://doi.org/10.35829/econbank.v5i1.285>
- Radyati, A. (n.d.). *Urgensi Pengaturan Green Banking Dalam Kredit Perbankan di Indonesia*. Malang: Brawijaya University Press.
- Rahman, A., & Sulaiman, M. (2022). The Role of Green Banking in Islamic Finance: An Empirical Investigation. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 45-60.
- Rehman, A., Ullah, I., Afridi, F. E., Ullah, Z., Zeeshan, M., Hussain, A., et al. (2021). Adoption of green banking practices and environmental performance in Pakistan: A demonstration of structural equation modelling. *Environment, Development and Sustainability*, 1-21. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-01206-x>
- Shaumya, K., & Arulrajah, A. A. (n.d.). Measuring Green Banking Practices: Evidence from Sri Lanka. *International Conference on Business Management*.
- Sitinjak, R., Jushermi, & Noviasari, H. (2015). Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia Syariah (Bni Syariah) Pekanbaru. *Jomfekom*, 2(1), 1-15.
- Tara, K. S., Singn, & R, K. (2015). Green Banking for Environmental Management: A Paradigm Shift. *Current World Environment*, 10(3), 1029-1038. <https://doi.org/10.12944/CWE.10.3.36>
- Wilkins, H., Merrilees, B., & Herington, C. (2010). The Determinants Of Loyalty In Hotels. *Journal Of Hospitality Marketing And Management*, 19(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/19368620903327626>