

## DAMPAK GREEN BANKING TERHADAP REPUTASI BANK DAN KEPERCAYAAN NASABAH

Oleh:

<sup>1</sup>Pretty Naomi Sitompul, <sup>2</sup>Fransiska Sirait

<sup>1,2</sup>Politeknik Unggulan Cipta Mandiri

Jl. Bambu I No.102, Durian, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, Kode pos: 20235

e-mail :prettynaomi@ucmcampus.ac.id<sup>1</sup>, fransiska@ucmcampus.ac.id<sup>2</sup>

---

### ABSTRACT

*In recent years, sustainability and environmental preservation have become primary concerns across various sectors, including banking. Green Banking is a banking strategy that incorporates environmentally friendly principles into its operations and policies, such as transaction digitalization, energy efficiency, and financing of sustainable projects. This study aims to analyze the influence of Green Banking on bank reputation and its impact on customer trust. The research applies a quantitative method with a survey approach involving 100 banking customers in Medan City. Data were analyzed using multiple linear regression and Sobel Test for mediation analysis. The findings indicate that Green Banking has a positive and significant effect on both bank reputation and customer trust—directly and indirectly through reputation. Bank reputation significantly mediates the influence of Green Banking on customer trust. These findings emphasize that sustainable banking practices not only enhance institutional image but also strengthen public trust in the banking sector.*

**Keywords:** *Green Banking, Bank Reputation, Customer Trust*

---

### ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, isu keberlanjutan dan pelestarian lingkungan menjadi fokus utama di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. *Green Banking* merupakan strategi perbankan yang mengintegrasikan prinsip ramah lingkungan dalam operasional dan kebijakan layanan, seperti digitalisasi transaksi, efisiensi energi, dan pembiayaan proyek berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Banking* terhadap reputasi bank serta dampaknya terhadap kepercayaan nasabah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 100 responden nasabah bank di Kota Medan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan uji mediasi Sobel Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank dan kepercayaan nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui reputasi. Reputasi bank terbukti memediasi pengaruh *Green Banking* terhadap kepercayaan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa implementasi kebijakan berkelanjutan tidak hanya berdampak pada citra institusi, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap perbankan.

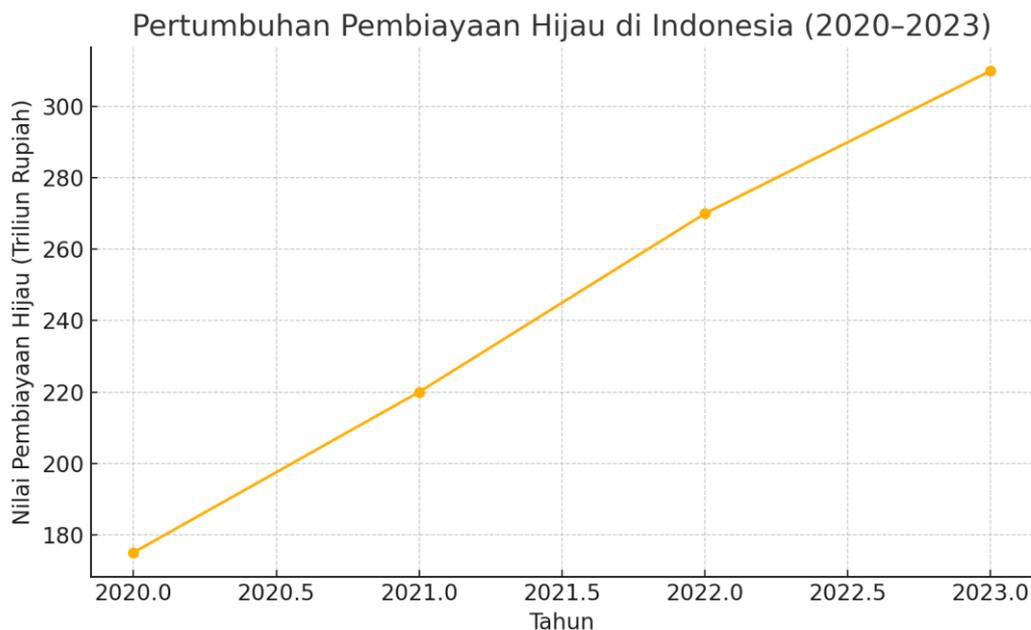
**Kata Kunci:** *Green Banking, Reputasi Bank, Kepercayaan Nasabah*

---

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, isu lingkungan menjadi salah satu perhatian utama di tingkat global, ditandai dengan meningkatnya urgensi untuk menekan laju perubahan iklim, menjaga kelestarian alam, dan menciptakan pembangunan berkelanjutan. Laporan Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, 2023) menyebutkan bahwa peningkatan suhu global telah mencapai  $1,1^{\circ}\text{C}$  di atas tingkat pra-industri dan terus bergerak menuju ambang batas kritis  $1,5^{\circ}\text{C}$ , yang akan berdampak luas terhadap kehidupan sosial dan ekonomi. Dalam konteks tersebut, sektor jasa keuangan, termasuk industri perbankan, memiliki peran strategis dalam mendukung agenda keberlanjutan melalui pembiayaan proyek-proyek ramah lingkungan dan penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologis.

Salah satu inovasi yang muncul sebagai respons terhadap tantangan ini adalah konsep *Green Banking*. *Green Banking* merupakan pendekatan strategis dari lembaga keuangan, khususnya perbankan, untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional dan kebijakan bisnisnya. Praktik ini meliputi digitalisasi layanan untuk mengurangi konsumsi kertas, efisiensi energi di kantor cabang, pemanfaatan teknologi rendah karbon, serta pembiayaan proyek berkelanjutan seperti energi terbarukan dan transportasi hijau.



Gambar 1. Pertumbuhan Pembiayaan Hijau di Indonesia (2020–2023)  
Sumber : Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Statistik Keuangan Berkelanjutan

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), sebanyak 15 bank umum di Indonesia telah mengimplementasikan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB), dengan portofolio pembiayaan hijau mencapai lebih dari Rp 300 triliun, menunjukkan komitmen nyata terhadap praktik *Green Banking*.



Gambar 2. Jumlah Bank Umum yang Mengimplementasikan RAKB (2020–2023)  
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Statistik Keuangan Berkelanjutan

Penerapan *Green Banking* tidak hanya berdampak pada lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah strategis dari sisi reputasi korporasi. Dalam industri perbankan yang berbasis kepercayaan, reputasi merupakan aset tidak berwujud yang sangat menentukan loyalitas dan preferensi nasabah. Laporan Nielsen Global Survey (2022) menunjukkan bahwa 76% konsumen global bersedia membayar lebih atau loyal terhadap perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan.

Kepercayaan nasabah menjadi faktor krusial dalam kelangsungan bisnis perbankan. Kepercayaan terbentuk dari persepsi atas kredibilitas, integritas, dan akuntabilitas bank dalam mengelola dana publik. Studi oleh Morgan dan Hunt (1994) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan fondasi dari hubungan jangka panjang antara lembaga keuangan dan konsumennya. Dalam konteks *Green Banking*, nilai-nilai etika dan keberlanjutan yang ditampilkan oleh bank dapat memperkuat citra positif serta memperdalam relasi emosional dengan nasabah, sehingga meningkatkan loyalitas dan stabilitas hubungan keuangan. Namun, kendati implementasi *Green Banking* semakin meluas di Indonesia, masih terbatas kajian yang mengkaji dampaknya secara langsung terhadap persepsi nasabah, khususnya dalam kaitannya dengan reputasi dan kepercayaan. Sebagian besar penelitian sebelumnya masih terfokus pada aspek efisiensi internal atau kinerja keuangan bank. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai dimensi psikologis dan perseptual dari nasabah menjadi sangat penting sebagai landasan pengambilan kebijakan strategis yang tidak hanya *profit-oriented*, tetapi juga *relationship-oriented*.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Green Banking* terhadap reputasi bank, mengkaji sejauh mana reputasi tersebut berdampak pada kepercayaan nasabah, serta menelusuri peran mediasi reputasi dalam hubungan antara *Green Banking* dan kepercayaan nasabah. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dalam pengembangan literatur manajemen keuangan berkelanjutan, secara praktis dalam penyusunan strategi komunikasi dan pengelolaan reputasi lembaga keuangan, serta secara sosial dalam meningkatkan literasi dan kesadaran publik terhadap pentingnya memilih lembaga keuangan yang mendukung keberlanjutan lingkungan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Isu perubahan iklim dan keberlanjutan lingkungan menjadi perhatian global yang mendorong berbagai sektor, termasuk sektor perbankan, untuk beradaptasi dan mengambil peran dalam pelestarian lingkungan. Salah satu respons strategis yang berkembang dalam industri perbankan adalah penerapan konsep *green banking*. *Green banking* merupakan pendekatan yang menekankan pada pengelolaan kegiatan operasional dan kebijakan keuangan yang berpihak kepada kelestarian lingkungan. Konsep ini mencakup digitalisasi layanan untuk mengurangi penggunaan kertas, efisiensi energi di lingkungan kerja, serta penyaluran pembiayaan terhadap proyek-proyek yang mendukung keberlanjutan lingkungan, seperti energi terbarukan dan pengelolaan limbah berkelanjutan.

Menurut Jha dan Bhome (2013), *green banking* adalah praktik lembaga perbankan dalam menerapkan prinsip keberlanjutan dalam seluruh aktivitas bisnis, dengan tujuan tidak hanya mencapai efisiensi finansial, tetapi juga berkontribusi pada perlindungan lingkungan. Di Indonesia, konsep ini didukung oleh kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan. Regulasi tersebut mendorong bank untuk menyusun dan melaksanakan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB), yang mencerminkan integrasi aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) dalam kegiatan usahanya. Penerapan *green banking* tidak hanya berkaitan dengan upaya pelestarian lingkungan, tetapi juga memiliki dampak strategis terhadap pembentukan reputasi institusi perbankan. Reputasi merupakan persepsi yang dibentuk oleh publik atas nilai, kredibilitas, dan tanggung jawab yang dijalankan oleh suatu organisasi. Fombrun (1996) menyatakan bahwa reputasi korporasi terbentuk dari akumulasi persepsi para pemangku kepentingan terhadap integritas dan etika yang dipegang oleh perusahaan. Dalam konteks perbankan, reputasi yang baik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan publik, memperkuat loyalitas nasabah, serta memberikan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat.

Selain reputasi, aspek lain yang sangat penting dalam hubungan antara bank dan nasabah adalah kepercayaan. Kepercayaan nasabah terhadap bank mencerminkan keyakinan bahwa lembaga keuangan tersebut dapat mengelola dana dengan baik, menjaga keamanan transaksi, serta menjalankan tanggung jawab sosial secara konsisten. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan elemen kunci dalam menjalin hubungan jangka panjang yang berkelanjutan antara perusahaan dan pelanggan. Dalam konteks *green banking*, implementasi kebijakan yang berpihak pada lingkungan dapat memperkuat persepsi positif nasabah terhadap nilai dan integritas bank, sehingga berdampak pada peningkatan kepercayaan.

Sejumlah penelitian terdahulu memberikan bukti empiris mengenai hubungan antara *green banking*, reputasi perusahaan, dan kepercayaan nasabah. Ulwany (2024) menemukan bahwa penerapan *green banking* oleh bank syariah umum di Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan reputasi dan loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Mahardika dan Fitanto (2023) menunjukkan bahwa pembiayaan hijau dan digitalisasi sistem keuangan mampu meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat citra positif lembaga perbankan. Azahra (2024) menegaskan bahwa pengungkapan praktik *green banking* dalam laporan keberlanjutan berdampak positif terhadap nilai perusahaan dan kepercayaan investor maupun nasabah. Adapun studi dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2023) menyebutkan bahwa reputasi yang dibentuk melalui tanggung jawab sosial dan praktik keberlanjutan memiliki pengaruh mediasi yang signifikan dalam membangun loyalitas nasabah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengujian hubungan antara penerapan *green banking* terhadap reputasi bank dan kepercayaan nasabah, serta mengkaji peran mediasi dari reputasi dalam memengaruhi kepercayaan tersebut. Penelitian ini bersifat eksplanatif, yaitu bertujuan menjelaskan pengaruh antarvariabel berdasarkan teori yang relevan dan data empiris yang diperoleh dari responden.

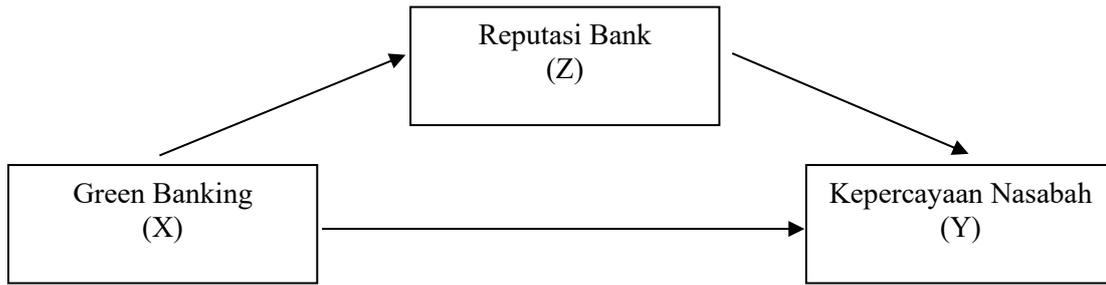
Lokasi penelitian dilakukan di wilayah Kota Medan, Sumatera Utara, dengan fokus pada nasabah bank umum yang telah menerapkan prinsip *green banking*. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan beberapa bank nasional dan swasta yang telah mengimplementasikan kebijakan keberlanjutan sesuai arahan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini direncanakan berlangsung selama tiga bulan, yaitu pada Juli hingga September 2025, dimulai dari tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga pengolahan dan analisis hasil.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank di Kota Medan yang memiliki kesadaran atau informasi terkait kebijakan *green banking* yang diterapkan oleh lembaga keuangan tempat mereka menjadi nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu: (1) merupakan nasabah aktif, (2) berusia minimal 18 tahun, dan (3) mengetahui atau menggunakan layanan berbasis *green banking* seperti mobile banking, e-statement, atau layanan digital lainnya. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh total sampel sebanyak 100 orang responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun daring kepada responden yang telah ditentukan. Kuesioner dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert lima poin, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Adapun data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi seperti laporan keberlanjutan perbankan, publikasi OJK, serta literatur akademik dari jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan variabel yang diteliti.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, mediasi, dan dependen. Variabel independen adalah *green banking*, yang didefinisikan sebagai strategi bank dalam menjalankan kegiatan bisnis ramah lingkungan, dengan indikator digitalisasi layanan, efisiensi energi, dan pembiayaan hijau. Variabel mediasi adalah reputasi bank, yaitu persepsi nasabah terhadap citra, kredibilitas, dan tanggung jawab sosial bank. Sedangkan variabel dependen adalah kepercayaan nasabah, yang mencakup kepercayaan terhadap keandalan, integritas, dan akuntabilitas layanan bank.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik inferensial dengan bantuan program SPSS. Tahap awal dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen pengumpulan data. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat model regresi linear. Setelah itu, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh *green banking* terhadap reputasi dan kepercayaan nasabah. Untuk menguji peran mediasi dari reputasi bank, digunakan uji Sobel atau *path analysis*. Terakhir, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen secara keseluruhan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar. 3 Kerangka Pemikiran Peneliti

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan nasabah aktif dari berbagai bank umum di kota medan yang telah mengimplementasikan kebijakan green banking. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden berusia antara 25–40 tahun (62%), dengan latar belakang pendidikan minimal d3 (78%), dan telah menjadi nasabah selama lebih dari 2 tahun (55%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman cukup untuk menilai praktik perbankan ramah lingkungan serta memiliki pemahaman dasar terhadap reputasi dan kepercayaan terhadap bank.

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas pearson product moment dan uji reliabilitas cronbach's alpha. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai korelasi  $> 0,30$  (r-tabel), sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha sebesar 0,874 untuk variabel green banking, 0,862 untuk reputasi bank, dan 0,889 untuk kepercayaan nasabah. Dengan nilai tersebut, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

Hasil uji normalitas dengan metode kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,087 ( $> 0,05$ ), yang menandakan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai vif  $< 10$  dan tolerance  $> 0,1$ , yang berarti tidak terdapat multikolinearitas antarvariabel. Uji heteroskedastisitas dengan metode glejser menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga data dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hubungan Uji	Koefisien Regresi	Signifikansi (p-value)	Keterangan
Green Banking → Reputasi Bank	0.621	0.000	Signifikan
Reputasi Bank → Kepercayaan Nasabah	0.667	0.000	Signifikan
Green Banking → Kepercayaan Nasabah (langsung)	0.395	0.014	Signifikan

Gambar. 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 2.1, 2024

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh Green Banking terhadap Reputasi Bank dan Kepercayaan Nasabah. Hasil regresi menunjukkan bahwa Green Banking berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Bank dengan nilai koefisien

regresi sebesar 0,621 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Demikian pula, Reputasi Bank berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Nasabah dengan nilai koefisien 0,667 dan signifikansi 0,000. Selain itu, Green Banking juga berpengaruh langsung terhadap Kepercayaan Nasabah dengan koefisien 0,395 dan signifikansi 0,014.

Uji Sobel dilakukan untuk mengetahui peran mediasi Reputasi Bank. Hasil menunjukkan nilai  $Z = 2,89$  dan  $p\text{-value} < 0,005$ , yang berarti bahwa Reputasi Bank memediasi secara signifikan pengaruh Green Banking terhadap Kepercayaan Nasabah. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari studi-studi terdahulu yang menunjukkan bahwa implementasi Green Banking tidak hanya memberikan dampak lingkungan, tetapi juga membangun reputasi positif dan memperkuat kepercayaan nasabah. Hal ini sejalan dengan pendapat Fombrun (1996) bahwa reputasi merupakan aset tak berwujud yang sangat berpengaruh terhadap persepsi publik. Praktik digitalisasi, efisiensi energi, dan komitmen pembiayaan hijau yang dilakukan bank membentuk citra yang bertanggung jawab dan transparan di mata nasabah.

Reputasi yang terbentuk kemudian menjadi penghubung penting dalam membentuk kepercayaan. Hasil ini juga mendukung teori commitment-trust oleh Morgan dan Hunt (1994), yang menyatakan bahwa kepercayaan dibangun atas dasar persepsi konsistensi dan tanggung jawab dari pihak penyedia jasa. Penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi bank sebagai entitas yang ramah lingkungan memberikan kontribusi signifikan terhadap keyakinan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank tersebut.

Secara praktis, temuan ini menegaskan bahwa strategi keberlanjutan seperti green banking tidak hanya memenuhi aspek regulatif, tetapi juga memberikan nilai kompetitif bagi lembaga perbankan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, bank yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan memiliki potensi yang lebih besar untuk mempertahankan loyalitas dan kepercayaan nasabah.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Green Banking terhadap reputasi bank dan kepercayaan nasabah di Kota Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Green Banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank. Reputasi bank yang terbentuk secara positif melalui penerapan kebijakan ramah lingkungan terbukti mampu meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah. Selain itu, Green Banking juga secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, meskipun pengaruh tidak langsung melalui reputasi bank lebih kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi prinsip keberlanjutan dalam layanan perbankan tidak hanya berdampak pada citra institusi, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pihak perbankan terus memperluas penerapan praktik Green Banking secara konsisten dan transparan, seperti digitalisasi transaksi, efisiensi energi, serta pembiayaan proyek berwawasan lingkungan. Bank juga

perlu meningkatkan komunikasi mengenai komitmen lingkungan mereka kepada publik untuk memperkuat reputasi yang telah dibangun. Selain itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan wilayah dan menambahkan variabel lain seperti loyalitas nasabah atau kepuasan terhadap layanan digital, agar hasil penelitian lebih komprehensif dan mendalam dalam menjelaskan perilaku nasabah terhadap konsep perbankan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azahra, N. (2024). Pengaruh Pengungkapan Green Banking dalam Laporan Keberlanjutan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Berkelanjutan*, 12(1), 55–68.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). *Sixth Assessment Report: Mitigation of Climate Change*. IPCC.
- Jha, N., & Bhome, R. (2013). Green Banking: A holistic approach. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 3(12), 83–94.
- Mahardika, A., & Fitanto, A. (2023). Digitalisasi Sistem Keuangan dan Reputasi Perbankan Berbasis Lingkungan. *Jurnal Keuangan Digital dan Inovasi*, 5(2), 102–115.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Nielsen. (2022). *Global Sustainability Survey 2022*. Nielsen Global.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik Keuangan Berkelanjutan 2022*. Jakarta: OJK.
- Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. (2023). *Laporan Penelitian: Pengaruh Reputasi terhadap Loyalitas Nasabah di Era Keuangan Berkelanjutan*. UMY Press.
- Ulwany, A. F. (2024). Penerapan Green Banking pada Bank Syariah Umum di Indonesia dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan Islam*, 7(1), 23–37