

Kemudahan dan Tantangan Green Banking di Era Digital dalam Penggunaan Marketplace

Indra Al Fitara¹, Muhammad Iqbal Fasa²

^{1,2}Perbankan Syariah, Fakultas, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia
Email: ¹ambarim85@gmail.com

Informasi Artikel

Submitted : 19-01-2025
Accepted : 14-02-2025
Published : 20-02-2025

Keywords:

*Ease
Challenges
Accessibility*

Abstract

The concept of green banking is increasingly finding its relevance in the fast-paced digital era, especially through e-business platforms operating in the market. This study aims to understand how users, entrepreneurs, and other stakeholders perceive and interact with green banking practices in this digital context. The acceptance of green banking through e-business platforms offers various benefits, such as wider reach, cost efficiency, improved customer experience, better image, product innovation, and potential for new market growth. However, there are also challenges that need to be addressed, including digital security and trust issues, the digital divide, lack of green financial literacy, complexity of system integration, lack of standardization and regulation, and the risk of greenwashing. Therefore, this study will focus on the ease and complexity of implementing green banking in the digital era, especially in its integration into the market through e-business platforms. Furthermore, this study will also highlight existing and potential issues, such as limited consumer awareness, inadequate infrastructure, and challenges in implementing sustainable banking practices into the digital market system. By analyzing the perceptions and experiences of various parties, this study is expected to provide a comprehensive understanding of green banking practices in the digital market.

Abstrak

Konsep perbankan hijau semakin menemukan relevansinya di era digital yang serba cepat, terutama melalui platform e-bisnis yang beroperasi di pasar. Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna, pengusaha, dan pemangku kepentingan lainnya memandang serta berinteraksi dengan praktik perbankan hijau dalam konteks digital ini. Penerimaan perbankan hijau melalui platform e-bisnis menawarkan berbagai keuntungan, seperti jangkauan yang lebih luas, efisiensi biaya, peningkatan pengalaman nasabah, citra yang lebih baik, inovasi produk, dan potensi pertumbuhan pasar baru. Namun, terdapat pula tantangan yang perlu diatasi, termasuk masalah keamanan dan kepercayaan digital, kesenjangan digital, kurangnya literasi keuangan hijau, kompleksitas integrasi sistem, kurangnya standarisasi dan regulasi, serta risiko greenwashing. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada kemudahan dan kompleksitas implementasi perbankan hijau di era digital, khususnya dalam integrasinya ke dalam pasar melalui platform e-bisnis. Lebih lanjut, studi ini juga akan menyoroti isu-isu yang ada dan potensial, seperti keterbatasan kesadaran konsumen, infrastruktur yang belum memadai, dan tantangan dalam menerapkan praktik perbankan berkelanjutan ke dalam sistem pasar digital. Dengan menganalisis persepsi dan pengalaman berbagai pihak, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang praktik perbankan hijau di pasar digital.

Kata Kunci: Kemudahan, Tantangan, Aksebilitas.

1. PENDAHULUAN

Degradasi lingkungan dan perubahan iklim merupakan tantangan global yang memerlukan tindakan segera. Salah satu peran penting sektor keuangan, khususnya perbankan, adalah mendorong praktik bisnis berkelanjutan. Untuk memitigasi dampak negatif terhadap lingkungan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, konsep “perbankan hijau” telah muncul. Pendekatan ini mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam operasional perbankan, yang bertujuan untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih ramah lingkungan. (Mardhiah, 2005) Di era digital, berbagai aspek masyarakat, khususnya sektor keuangan, mengalami transformasi yang signifikan.

Transformasi digital memberdayakan bank untuk memberikan layanan yang lebih efisien, inklusif, dan terjangkau melalui berbagai platform digital.

Diantaranya, pasar yang berkembang pesat menonjol sebagai ruang dinamis yang menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu lingkungan online. Pasar-pasar ini menawarkan peluang yang menjanjikan untuk memperluas jangkauan keuangan ramah lingkungan. Mengintegrasikan perbankan ramah lingkungan ke dalam pasar menawarkan beberapa keuntungan bagi nasabah dan bisnis. Pelanggan dapat dengan mudah mengeksplorasi pilihan mereka, mendaftar secara online, dan mengakses informasi tentang produk dan layanan keuangan ramah lingkungan. Bagi para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), integrasi ini tidak hanya memperluas pasar bagi produk-produk ramah lingkungan mereka, namun juga menyederhanakan proses mendapatkan pendanaan ramah lingkungan, sehingga lebih cepat dan sederhana. Meskipun perbankan ramah lingkungan (green banking) memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan yang harus diatasi sebelum dapat diadopsi secara luas. (Transformatif & Di, 2024) Hambatan utamanya mencakup kesulitan bagi pengguna untuk menilai dampak lingkungan dari produk dan layanan keuangan ramah lingkungan, kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data, serta kurangnya pemahaman dan literasi mengenai keuangan ramah lingkungan. Selain itu, dukungan pemerintah dan pembentukan kerangka peraturan yang jelas sangat penting untuk mendorong pertumbuhan perbankan ramah lingkungan di pasar.(Rosyad & Alif, 2023)

Pesatnya evolusi teknologi keuangan, atau *fintech*, memainkan peran penting dalam mempercepat penerapan perbankan ramah lingkungan. *Fintech* menawarkan solusi inovatif seperti sistem penilaian kredit yang berfokus pada keberlanjutan, alat untuk melacak jejak karbon dari transaksi keuangan, dan *platform crowdfunding* yang didedikasikan untuk inisiatif energi terbarukan. Dengan mengintegrasikan *fintech* ke dalam pasar, perbankan ramah lingkungan dapat menjadi lebih mudah diakses, transparan, dan efisien. Agar perbankan hijau dapat berhasil diterapkan, partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan sangatlah penting. menggali lebih dalam peluang dan tantangan yang terkait dengan pengintegrasian perbankan ramah lingkungan dalam lanskap digital saat ini, khususnya melalui penggunaan pasar. Tujuan utamanya mencakup menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan perbankan ramah lingkungan di pasar, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh bank dan pelanggan pasar, dan mengusulkan rekomendasi kebijakan untuk mendorong pertumbuhan perbankan ramah lingkungan di era digital yang terus berkembang ini.

Dengan jangkauan dan keuatannya yang luas mencapai, pasar digital memiliki potensi besar untuk memainkan peran penting dalam penerapan keuangan hijau dan kekuatan, pasar digital memiliki potensi besar untuk memainkan peran penting dalam penerapan keuangan hijau. Pasar dapat meningkatkan kesadaran dan mendorong kebiasaan keuangan yang berkelanjutan kebiasaan keuangan kekepada khalayak yang lebih luas karena pasar adalah *platform* yang menangani jutaan transaksi setiap hari. Audiens yang lebih besar karena mereka adalah *platform* yang menangani jutaan transaksi setiap hari. Nasabah dapat diberi kekuatan untuk membuat keputusan yang lebih ramah lingkungan dengan memasukkan fitur perbankan hijau ke dalam platform pasar untuk membuat seperti kemampuan untuk menggunakan produk keuangan berkelanjutan atau mendanai proyek lingkungan. Keputusan yang lebih ramah lingkungan dengan memasukkan fitur perbankan hijau ke dalam platform pasar, seperti kemampuan untuk menggunakan produk keuangan berkelanjutan atau mendanai proyek lingkungan. (Hukum et al., 2025)

Daya utama dalam menggambarkan perbankan hijau di zaman sekarang adalah kemudahan akses, kecepatan transaksi , dan keterbukaan informasi yang disediakan oleh teknologi digital. Keunggulan perbankan hijau saat ini adalah kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan keterbukaan informasi yang disediakan oleh teknologi digital. Melalui aplikasi perbankan seluler perbankan atau platform daring lainnya, pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan berkelanjutan

kapan saja dan dari lokasi mana pun. Aplikasi atau platform daring lainnya, pengguna pasar dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan berkelanjutan kapan saja dan dari lokasi mana pun.

Hambatan tradisional yang terkait dengan perbankan perbankan tradisional, seperti tatap muka kunjungan cabang bank ke cabang kunjungan dan prosedur yang berbelit-belit, dihilangkan sebagai hasilnya dan prosedur yang berbelit-belit, dihilangkan sebagai hasilnya. Namun demikian, ada adalah sejumlah kendala yang harus diatasi untuk mengintegrasikan perbankan hijau dengan pasar. sebuah angka hambatan yang harus diatasi untuk mengintegrasikan perbankan hijau dengan pasar. Penurunan menolak literasi digital menjadi salah satu masalah utama .di dalam Literasi digital merupakan salah satu isu utama. Gagasan ide perbankan hijau dan cara menggunakan belum cukup dipahami oleh semua konsumen pasar .perbankan hijau dan cara menggunakan belum cukup dipahami oleh semua konsumen pasar. Akibatnya, diperlukan inisiatif untuk meningkatkan kesadaran publik dan mendidik mereka tentang perbankan hijau.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara mendalam kemudahan dan tantangan yang dihadapi dalam integrasi *green banking* dengan *marketplace* di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk lembaga keuangan, platform *marketplace*, regulator, dan konsumen, dalam mengembangkan strategi untuk mendorong adopsi *green banking* dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan.Solusi yang ditawarkan dalam penelitian ini mencakup pengembangan model adopsi *green banking* yang komprehensif, yang mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku pengguna *marketplace* dalam mengadopsi praktik keuangan berkelanjutan. Penelitian ini juga akan merekomendasikan strategi dan kebijakan yang dapat diterapkan oleh berbagai pemangku kepentingan untuk mengatasi tantangan dan memaksimalkan potensi *green banking* di era digital. Pekerjaan terkait yang sebanding dengan penelitian ini mencakup studi tentang adopsi teknologi keuangan berkelanjutan, perilaku konsumen dalam transaksi digital, dan regulasi *green banking*. Penelitian-penelitian ini memberikan landasan teoretis dan empiris yang kuat untuk penelitian ini, namun penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik pada integrasi *green banking* dengan *marketplace* dan mempertimbangkan konteks lokal serta karakteristik unik pengguna *marketplace* di Indonesia.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan fenomenologis untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang beragam pengalaman subjektif pelaku pasar yang terlibat dalam perbankan ramah lingkungan. Hal ini bertujuan untuk mengeksplorasi signifikansi dan esensi dari pertemuan mereka, dengan merefleksikan keuntungan dan tantangan yang mereka hadapi.

Melalui wawancara mendalam dan analisis naratif, penelitian ini akan mengungkap bagaimana individu-individu tersebut memandang dan menafsirkan fenomena perbankan ramah lingkungan di era digital. Fokusnya adalah pada pengalaman para pemangku kepentingan utama, termasuk nasabah yang memanfaatkan layanan perbankan ramah lingkungan, usaha kecil dan menengah (UKM) yang menjual produk ramah lingkungan, dan bank yang menyediakan platform perbankan ramah lingkungan. Pada akhirnya, tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan dampak lanskap digital terhadap pengalaman mereka. (Susanto, 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana keputusan para pelaku dalam memanfaatkan layanan keuangan ramah lingkungan dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk kepercayaan, jaringan sosial, dan norma kelompok. Laporan ini juga akan menyoroti tantangan yang timbul dari kesenjangan dalam literasi budaya dan digital. Lebih jauh lagi, penelitian ini akan memungkinkan analisis komparatif studi kasus untuk mengidentifikasi perbedaan-perbedaan penting dan tema-tema yang sama.

Dengan menggunakan perpaduan metodologi fenomenologis, etnografi, dan studi kasus, penelitian ini akan memberikan pemahaman menyeluruh dan beragam mengenai peluang dan tantangan yang terkait dengan perbankan ramah lingkungan di era digital, khususnya yang berkaitan dengan akses pasar. Tahapan penelitian diawali dengan penentuan partisipan yang relevan, yaitu individu-individu yang aktif menggunakan *marketplace* dan memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan *green banking*. Partisipan dipilih melalui teknik *purposive sampling* untuk memastikan bahwa mereka memiliki pengalaman yang kaya dan beragam terkait dengan fenomena yang diteliti.

Dalam konteks pendekatan kualitatif, penelitian ini mengadopsi prinsip *interpretative phenomenological analysis* (IPA). IPA menekankan pada pemahaman mendalam tentang bagaimana individu-individu memaknai pengalaman mereka dalam konteks tertentu. Dalam penelitian ini, konteksnya adalah penggunaan *green banking* di *marketplace* di era digital. IPA memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana partisipan menginterpretasikan dan memaknai kemudahan dan tantangan yang mereka hadapi dalam konteks ini, serta bagaimana pengalaman-pengalaman ini mempengaruhi persepsi dan perilaku mereka terkait *green banking*. Selain wawancara mendalam, peneliti juga akan menggunakan teknik observasi partisipan, jika memungkinkan. Observasi ini akan dilakukan di lingkungan *marketplace* digital, seperti forum diskusi online atau grup media sosial, untuk memahami bagaimana interaksi dan percakapan antar pengguna terkait *green banking* berlangsung. Observasi ini akan memberikan konteks tambahan dan memperkaya pemahaman peneliti tentang fenomena yang diteliti.(Bisnis et al., 2024)

Dalam analisis data, peneliti akan mengikuti proses yang sistematis dan reflektif. Transkrip wawancara akan dibaca berulang kali untuk mengidentifikasi tema-tema awal. Tema-tema ini kemudian akan diorganisasikan dan dikelompokkan menjadi tema-tema yang lebih abstrak dan interpretatif. Proses ini akan melibatkan dialog konstan antara data dan interpretasi peneliti, serta refleksi kritis tentang asumsi dan bias peneliti. Untuk memastikan kredibilitas dan *trustworthiness* penelitian, peneliti akan menerapkan berbagai strategi. Selain triangulasi data dan *member checking*, peneliti juga akan melakukan *peer debriefing*, yaitu diskusi dengan rekan-rekan peneliti lainnya untuk mendapatkan umpan balik dan perspektif yang berbeda terhadap analisis data. Proses ini akan membantu peneliti untuk memastikan bahwa interpretasi data dilakukan secara objektif dan akurat.

Dalam penulisan laporan penelitian, peneliti akan menggunakan gaya naratif yang kaya dan deskriptif untuk menggambarkan pengalaman partisipan. Peneliti akan menyajikan kutipan-kutipan langsung dari wawancara untuk mendukung interpretasi mereka dan memberikan suara kepada partisipan. Laporan penelitian juga akan mencakup refleksi kritis tentang proses penelitian dan implikasi temuan penelitian untuk praktik *green banking* di *marketplace*. Secara keseluruhan, metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan kaya tentang pengalaman subjektif pelaku pasar dalam menggunakan *green banking* di *marketplace*. Pendekatan fenomenologis dan IPA memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna dan esensi dari pengalaman yang dialami oleh individu-individu yang terlibat, serta untuk memahami bagaimana mereka menginterpretasikan dan memaknai fenomena *green banking* dalam kehidupan mereka.

Gambaran penelitian ini adalah untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang pengalaman subjektif pelaku pasar dalam menggunakan *green banking* di *marketplace*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk lembaga keuangan, platform *marketplace*, dan regulator, dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan adopsi *green banking* dan mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi *green banking* dalam *marketplace* era digital menghadirkan serangkaian kemudahan yang signifikan bagi para pengguna. Mayoritas partisipan mengapresiasi antarmuka pengguna aplikasi *green banking* yang intuitif, yang memungkinkan mereka untuk dengan mudah menavigasi dan mengakses berbagai fitur yang tersedia. Alur transaksi yang lancar juga menjadi faktor yang sangat dihargai, di mana proses pembayaran digital dan transfer dana dapat diselesaikan dengan cepat dan efisien. (Widiyaningsih et al., 2024) Fitur-fitur ini sangat membantu partisipan dalam melakukan transaksi keuangan berkelanjutan tanpa hambatan yang berarti. Selain itu, partisipan juga menyoroti kemudahan akses informasi tentang produk dan layanan *green banking* yang tersedia di *marketplace*. Informasi yang jelas dan komprehensif memungkinkan mereka untuk membandingkan berbagai opsi keuangan yang tersedia dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Selain kemudahan penggunaan, manfaat dan insentif yang ditawarkan oleh *green banking* juga menjadi daya tarik utama bagi para partisipan. Kontribusi terhadap pelestarian lingkungan dan dukungan terhadap proyek-proyek berkelanjutan menjadi nilai tambah yang signifikan, di mana partisipan merasa bahwa mereka dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan melalui pilihan keuangan mereka. Insentif seperti poin reward dan diskon juga menjadi faktor motivasi yang kuat, mendorong partisipan untuk lebih aktif menggunakan layanan *green banking*. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan adanya tantangan yang signifikan, terutama terkait dengan literasi digital dan pemahaman tentang konsep *green banking*. Sebagian partisipan mengakui bahwa mereka mengalami kesulitan dalam memahami istilah-istilah teknis dan kompleksitas produk keuangan berkelanjutan. Mereka merasa kurang mendapatkan informasi yang jelas dan komprehensif tentang manfaat dan risiko *green banking*, yang mengakibatkan kebingungan dan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan.

Kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data juga menjadi tantangan utama dalam penggunaan *green banking* di *marketplace*. Partisipan mengungkapkan kekhawatiran mereka tentang risiko peretasan, pencurian data, dan penyalahgunaan informasi pribadi. Mereka merasa perlu adanya jaminan keamanan yang kuat dari platform *marketplace* dan lembaga keuangan untuk melindungi data dan transaksi mereka. Kepercayaan terhadap platform *marketplace* dan lembaga keuangan juga menjadi faktor penting dalam adopsi *green banking*. Partisipan merasa lebih nyaman menggunakan layanan tersebut jika mereka percaya pada reputasi dan komitmen keberlanjutan dari penyedia layanan. Sebaliknya, kurangnya kepercayaan dapat menghambat minat mereka untuk menggunakan layanan *green banking*.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kurangnya regulasi dan standardisasi yang jelas terkait *green banking* di *marketplace* menjadi hambatan. Partisipan merasa perlu adanya kerangka kerja yang jelas dan terpadu untuk memastikan praktik *green banking* yang konsisten, transparan, dan akuntabel. Kurangnya regulasi dan standardisasi dapat menciptakan ketidakpastian dan menghambat adopsi *green banking*.

Berdasarkan pengalaman mereka, partisipan memberikan beberapa rekomendasi untuk meningkatkan adopsi *green banking* di *marketplace*. Rekomendasi tersebut meliputi peningkatan edukasi dan sosialisasi tentang *green banking*, peningkatan keamanan dan privasi data, pengembangan fitur-fitur inovatif yang lebih mudah dipahami, dan penerapan regulasi yang jelas dan komprehensif. Partisipan berharap bahwa *green banking* dapat menjadi bagian integral dari pengalaman berbelanja di *marketplace* dan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *green banking* di *marketplace* era digital memiliki potensi besar untuk mendorong pembangunan berkelanjutan, namun tantangan-tantangan yang ada perlu diatasi melalui upaya kolaboratif dari berbagai pemangku kepentingan. (Tunggal Pradini, 2021)

Penelitian ini mengungkapkan bahwa integrasi *green banking* ke dalam ekosistem *marketplace* digital telah membawa perubahan signifikan dalam pengalaman transaksi keuangan pengguna. Mayoritas partisipan melaporkan kemudahan yang dirasakan dalam penggunaan aplikasi *green banking* yang terintegrasi. Antarmuka yang intuitif dan alur transaksi yang disederhanakan memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menyelesaikan transaksi keuangan berkelanjutan tanpa hambatan yang berarti. Fitur pembayaran digital dan transfer dana yang lancar menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi transaksi. Selain itu, akses mudah ke informasi produk dan layanan *green banking* di *marketplace* memungkinkan pengguna untuk membandingkan dan memilih opsi keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Manfaat dan insentif yang ditawarkan oleh *green banking* juga menjadi daya tarik utama bagi partisipan. Kontribusi terhadap pelestarian lingkungan dan dukungan terhadap proyek berkelanjutan memberikan nilai tambah yang signifikan, di mana pengguna merasa dapat memberikan dampak positif melalui pilihan keuangan mereka. Insentif seperti poin reward dan diskon juga menjadi motivasi yang kuat, mendorong partisipan untuk lebih aktif menggunakan layanan *green banking*.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Keterbatasan literasi digital dan pemahaman tentang konsep *green banking* menjadi hambatan utama bagi sebagian partisipan. Istilah teknis dan kompleksitas produk keuangan berkelanjutan sering kali membingungkan, dan kurangnya informasi yang jelas dan komprehensif memperparah masalah ini. Kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data juga menjadi perhatian serius. Risiko peretasan, pencurian data, dan penyalahgunaan informasi pribadi menimbulkan kekhawatiran yang signifikan, dan partisipan menekankan perlunya jaminan keamanan yang kuat dari platform *marketplace* dan lembaga keuangan. Kepercayaan terhadap platform *marketplace* dan lembaga keuangan menjadi faktor krusial dalam adopsi *green banking*. (Hayati & Furqon, 2025) Reputasi dan komitmen keberlanjutan dari penyedia layanan sangat mempengaruhi kepercayaan pengguna, dan kurangnya kepercayaan dapat menghambat minat mereka untuk menggunakan layanan *green banking*. Tantangan lain yang diidentifikasi adalah kurangnya regulasi dan standardisasi yang jelas terkait *green banking* di *marketplace*. Kerangka kerja yang jelas dan terpadu diperlukan untuk memastikan praktik *green banking* yang konsisten, transparan, dan akuntabel. Kurangnya regulasi dan standardisasi menciptakan ketidakpastian dan menghambat adopsi *green banking*.

Berdasarkan pengalaman mereka, partisipan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan adopsi *green banking* di *marketplace*. Peningkatan edukasi dan sosialisasi tentang *green banking* menjadi prioritas utama. Program edukasi yang komprehensif dan mudah dipahami diperlukan untuk meningkatkan literasi digital dan pemahaman tentang konsep *green banking*. Peningkatan keamanan dan privasi data juga menjadi rekomendasi penting.

Langkah-langkah keamanan yang kuat dan transparan diperlukan untuk melindungi data dan transaksi pengguna. Pengembangan fitur-fitur inovatif yang lebih mudah dipahami dan digunakan juga diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur-fitur ini harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pengguna, dan harus diuji secara menyeluruh sebelum diluncurkan. Penerapan regulasi yang jelas dan komprehensif juga menjadi rekomendasi penting. Kerangka kerja regulasi yang kuat diperlukan untuk memastikan praktik *green banking* yang konsisten, transparan, dan akuntabel di seluruh platform *marketplace*. Partisipan berharap bahwa *green banking* dapat menjadi bagian integral dari pengalaman berbelanja di *marketplace* dan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *green banking* di *marketplace* era digital memiliki potensi besar untuk mendorong pembangunan berkelanjutan. Namun, tantangan-tantangan yang ada perlu diatasi melalui upaya kolaboratif dari berbagai pemangku kepentingan. (Jayanti & Handayani, 2024)

Penelitian ini berhasil menyingkap pelbagai pengalaman yang dirasakan oleh pengguna layanan perbankan hijau (*green banking*) di dalam ekosistem lapak daring (*marketplace*) era digital. Kebanyakan responden merasakan keleluasaan dalam pemanfaatan aplikasi *green banking* yang terintegrasi. Tampilan muka yang akrab dan alur transaksi yang disederhanakan melancarkan penyelesaian urusan finansial berkelanjutan tanpa hambatan yang berarti. Fitur-fitur seperti pembayaran digital dan pengiriman dana yang terangkai dengan baik meningkatkan efektivitas transaksi. Disamping itu, akses yang mudah ke informasi produk dan layanan *green banking* di *marketplace* memberikan peluang bagi pengguna untuk membandingkan dan menentukan opsi finansial yang paling cocok dengan keperluan mereka.

Keunggulan dan bonus yang disajikan oleh *green banking* terbukti menjadi daya tarik kuat bagi responden. Sumbangan terhadap pemeliharaan lingkungan dan sokongan terhadap proyek berkelanjutan memberikan kepuasan tersendiri, di mana pengguna merasa dapat menyumbang dampak positif melalui keputusan finansial mereka. Bonus seperti poin apresiasi dan potongan harga juga menjadi pemicu yang ampuh, mendorong responden untuk lebih aktif menggunakan layanan *green banking*. Namun, di balik kemudahan dan keunggulan tersebut, terdapat kesulitan yang perlu dipecahkan. Minimnya pemahaman digital dan pengetahuan tentang konsep *green banking* menjadi penghalang utama bagi sebagian besar responden. Istilah teknis dan kerumitan produk finansial berkelanjutan seringkali membingungkan, dan kurangnya informasi yang jelas dan lengkap memperparah masalah ini. Hal ini mengindikasikan perlunya upaya edukasi yang lebih intensif dan terarah untuk meningkatkan pemahaman pengguna tentang *green banking*.

Kekhawatiran terhadap keamanan dan kerahasiaan data juga menjadi perhatian utama. Ancaman pembobolan, pencurian data, dan penyalahgunaan informasi pribadi menimbulkan keresahan yang signifikan, dan responden menekankan perlunya jaminan keamanan yang kokoh dari platform *marketplace* dan lembaga keuangan. Kepercayaan terhadap platform *marketplace* dan lembaga keuangan menjadi faktor penting dalam penerimaan *green banking*. Reputasi dan komitmen keberlanjutan dari penyedia layanan sangat mempengaruhi kepercayaan pengguna, dan kurangnya kepercayaan dapat menghambat minat mereka untuk menggunakan layanan *green banking*.

Kesulitan lain yang ditemukan adalah kurangnya regulasi dan standarisasi yang jelas terkait *green banking* di *marketplace*. Kerangka kerja yang jelas dan terpadu diperlukan untuk memastikan praktik *green banking* yang konsisten, transparan, dan bertanggung jawab. Kurangnya regulasi dan standarisasi menciptakan ketidakpastian dan menghambat penerimaan *green banking*. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya personalisasi dan relevansi dalam penawaran *green banking*. Pengguna mengharapkan penawaran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi mereka, serta relevan dengan konteks *marketplace* tempat mereka berbelanja. Hal ini mengindikasikan perlunya pengembangan algoritma dan sistem rekomendasi yang cerdas untuk memberikan penawaran *green banking* yang personal dan relevan.

Berdasarkan pengalaman mereka, responden memberikan masukan yang berharga untuk meningkatkan penerimaan *green banking* di *marketplace*. Peningkatan edukasi dan sosialisasi tentang *green banking* menjadi prioritas utama. Program edukasi yang komprehensif dan mudah dipahami diperlukan untuk meningkatkan pemahaman digital dan pengetahuan tentang konsep *green banking*. Peningkatan keamanan dan kerahasiaan data juga menjadi masukan penting. Langkah-langkah keamanan yang kokoh dan transparan diperlukan untuk melindungi data dan transaksi pengguna. Pengembangan fitur-fitur inovatif yang lebih mudah dipahami dan digunakan juga diperlukan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur-fitur ini harus dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pengguna, dan harus diuji secara menyeluruh sebelum diluncurkan. Penerapan regulasi yang jelas dan komprehensif juga menjadi masukan penting. Kerangka kerja regulasi yang kuat diperlukan untuk memastikan praktik *green banking* yang konsisten, transparan,

dan bertanggung jawab di seluruh platform *marketplace*. Responden berharap bahwa *green banking* dapat menjadi bagian integral dari pengalaman berbelanja di *marketplace* dan memberikan dampak positif bagi lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *green banking* di *marketplace* era digital memiliki potensi besar untuk mendorong pembangunan berkelanjutan. Namun, kesulitan-kesulitan yang ada perlu dipecahkan melalui upaya kolaboratif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk lembaga keuangan, platform *marketplace*, regulator, dan pengguna.

Eksplorasi mendalam atas penggunaan perbankan hijau (*green banking*) di ranah pasar digital (*marketplace*) mengungkapkan spektrum pengalaman pengguna yang kaya dan beragam. Mayoritas responden menemukan bahwa integrasi layanan ini memberikan kemudahan signifikan, terutama dalam hal efisiensi transaksi dan aksesibilitas informasi. Namun, penelitian ini juga menggarisbawahi adanya kesenjangan pemahaman digital yang perlu diatasi, serta kekhawatiran terkait keamanan data yang perlu direspon dengan serius. Kepercayaan terhadap platform dan penyedia layanan menjadi fondasi utama dalam adopsi *green banking*, sementara regulasi yang jelas dan standardisasi menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan praktik yang konsisten dan bertanggung jawab. Saran dari responden menekankan pentingnya edukasi yang komprehensif, perlindungan data yang kuat, inovasi fitur yang relevan, dan kerangka regulasi yang solid. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa *green banking* di *marketplace* memiliki potensi besar untuk mendorong perubahan positif, asalkan tantangan yang ada diatasi melalui kolaborasi lintas sektor dan fokus pada kebutuhan pengguna.

Analisis ini menyibak suatu panorama pengalaman yang terbentang luas di antara pengguna layanan keuangan hijau (*green banking*) di dalam wahana perniagaan digital (*marketplace*). Mayoritas partisipan mengemukakan bahwa penyatuhan layanan ini menghadirkan keleluasaan yang kentara, terutama dalam hal kelancaran transaksi dan kemudahan penemuan informasi. Namun, kajian ini juga menggarisbawahi adanya disparitas pemahaman digital yang patut ditangani, serta kekhawatiran terkait keamanan data yang perlu direspon dengan seksama. Kepercayaan terhadap platform dan penyedia layanan menjadi landasan utama dalam pengadopsian *green banking*, sementara regulasi yang tegas dan pembakuan menjadi tuntutan mendesak untuk menjamin praktik yang konsisten dan bertanggung jawab. Saran dari partisipan menyoroti pentingnya edukasi yang menyeluruh, perlindungan data yang kuat, inovasi fitur yang relevan, dan kerangka regulasi yang kokoh. Dengan demikian, kajian ini menegaskan bahwa *green banking* di *marketplace* menyimpan potensi besar untuk mendorong pergeseran positif, asalkan tantangan yang ada diatasi melalui sinergi lintas sektor dan fokus pada kebutuhan pengguna.

Studi ini menyimpulkan bahwa masa depan layanan finansial ramah lingkungan (*green banking*) di platform pasar daring (*marketplace*) sangat bergantung pada kapabilitas para pemangku kepentingan untuk menanggapi secara proaktif terhadap hambatan yang ada. Upaya kolektif dalam meningkatkan kecakapan digital, memperkuat sistem perlindungan data, dan membangun keyakinan pengguna menjadi krusial untuk membuka peluang penuh dari layanan ini.

Lebih lanjut, pengembangan kerangka regulasi yang komprehensif dan implementasi praktik standardisasi yang ketat akan menjamin keberlanjutan dan integritas *green banking*. Oleh karena itu, temuan studi ini tidak hanya menyajikan pemahaman tentang kondisi terkini, tetapi juga menjadi seruan aksi bagi para pemain industri untuk memacu inovasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di era digital.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi *green banking* ke dalam platform *marketplace* digital memberikan kemudahan yang signifikan bagi pengguna, terutama dalam hal aksesibilitas dan efisiensi transaksi. Mayoritas pengguna mengapresiasi antarmuka aplikasi yang intuitif dan proses transaksi yang cepat. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan yang signifikan, yaitu keterbatasan literasi digital dan pemahaman tentang konsep *green banking* di kalangan pengguna. Kekhawatiran terhadap keamanan dan privasi data juga menjadi faktor penghambat. Kepercayaan terhadap platform *marketplace* dan lembaga keuangan menjadi faktor penting dalam adopsi *green banking*. Selain itu, kurangnya regulasi dan standardisasi yang jelas terkait *green banking* di platform *marketplace* juga menjadi hambatan.

Berdasarkan temuan ini, terdapat beberapa kemungkinan aplikasi, implikasi, dan spekulasi. Pertama, aplikasi *green banking* di *marketplace* dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong perilaku konsumen yang lebih berkelanjutan. Dengan memberikan kemudahan dan insentif, pengguna dapat didorong untuk memilih produk dan layanan yang ramah lingkungan. Kedua, implikasi dari penelitian ini adalah perlunya upaya edukasi yang lebih intensif untuk meningkatkan literasi digital dan pemahaman tentang *green banking* di kalangan pengguna. Lembaga keuangan, platform *marketplace*, dan pemerintah perlu bekerja sama untuk menyelenggarakan program edukasi yang komprehensif. Ketiga, spekulasi dari penelitian ini adalah bahwa *green banking* di *marketplace* dapat menjadi model bisnis yang menguntungkan bagi lembaga keuangan dan platform *marketplace*. Dengan menawarkan produk dan layanan yang berkelanjutan, mereka dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisnis, D., Publikasi, J., Manajemen, I., Persaingan, T., & Terbesar, K. E. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Gurusinga et al., 2023). Ketika konsumen ingin membeli barang secara online , proses Sumber : Data Penjualan Ini Baru Steak Boyolali , 2023. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(3).
- Hayati, F., & Furqon, K. (2025). Tantangan dan Peluang Penerapan Pajak Digital di Indonesia dalam Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 130–134.
- Hukum, D. J., Publik, K., Wahdatulnisa, N., Nugraha, I. F., Ilmu, D., Internasional, H., Ilmu, F., & Politik, I. (2025). Inovasi dan Tantangan Penggunaan Artificial Inteligence dalam Hukum Maritim di Era Transformasi Digital Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk meneliti Inovasi serta tantangan yang dihadapi dalam penerapan kecerdasan buat. *Jurnal Hukum, Kebijakan Publik, Dan Pemerintahan*, 1.
- Jayanty, M., & Handayani, L. S. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan dalam Aplikasi Mobile Banking Livin by Mandiri di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Cikarang Jababeka. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1246–1259. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2719>
- Mardhiah, A. (2005). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Marketplace Terhadap Adopsi E-Commerce dan Profitabilitas Pada Bisnis Kuliner Di kota Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13, 289–305.
- Rosyad, S., & Alif, M. (2023). Hadis di Era Digital: Tantangan dan Peluang Penggunaan Teknologi dalam Studi Hadis. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama*, 24(2), 185–197. <https://doi.org/10.19109/jia.v24i2.18979>

Susanto, M. A. (2024). Islam dan Teknologi : Tantangan Etika dan Adaptasi dalam Era Digital. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 95–102.

Transformatif, P., & Di, M. (2024). Tantangan dan penerapan literasi digital dalam pendidikan transformatif manusia di era post-truth. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 5(2), 418–430.

Tunggal Pradini, K. (2021). E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 10(10), 859–872. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>

Widiyaningsih, S., Ma'rifah, U., & Umuma'rifah, U. (2024). Peran Tenaga Pendidik Dalam Pembelajaran di Era Digital. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(3). <https://doi.org/10.20961/shes.v7i3.92343>