

## **KEPRIBADIAN NASABAH MEMPENGARUHI ADOPSI DAN PENGGUNAAN SALURAN PERBANKAN HIJAU**

**Desak Made Febri Purnama Sari<sup>1</sup>, I Gusti Ayu Yogi Putri Adnyani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Pendidikan Nasional  
email : [dskfebripurnama@undiknas.ac.id](mailto:dskfebripurnama@undiknas.ac.id)

### **ABSTRACT**

The customer's personality influences the adoption and use of green banking channels. The purpose of this research is to determine the effect of customer personality on the use of green banking channels through the adoption of BCA and BRI Bank customers who are domiciled in Denpasar City. In this study, quantitative data was used to collect information by giving questionnaires to participants. Customers of Bank BCA and Bank BRI who are domiciled in Denpasar City are the research samples. The number of samples in this study were 102 respondents using purposive sampling method. Based on the results of this study, customer personality has a positive and significant effect on adoption, adoption has a positive and significant effect on the use of green banking channels, personality has a positive and significant effect on the use of green banking channels and customer personality has a positive and significant effect on the use of green banking channels through adoption. The findings of this study are where the customer's personality accepts the adoption of innovation in the use of bank products with the concept of green banking channels at Bank BCA and Bank BRI in Denpasar City.

Keywords: Customer Personality, Use of Green Banking Channels, Adoption

### **ABSTRAK**

Kepribadian nasabah mempengaruhi adopsi dan penggunaan saluran perbankan hijau memiliki tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kepribadian nasabah terhadap penggunaan saluran perbankan hijau melalui adopsi pada nasabah Bank BCA dan Bank BRI yang berdomisili di Kota Denpasar. Dalam penelitian ini, data kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan memberikan kuesioner kepada partisipan. Nasabah Bank BCA dan Bank BRI yang berdomisili di Kota Denpasar menjadi sampel penelitian. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 102 responden yang menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian ini kepribadian nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi, adopsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan saluran perbankan hijau, kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan saluran perbankan hijau serta kepribadian nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan saluran perbankan hijau melalui adopsi. Temuan penelitian ini yaitu dimana kepribadian nasabah menerima akan adanya suatu adopsi inovasi dalam penggunaan produk bank dengan konsep saluran perbankan hijau pada Bank BCA dan Bank BRI yang ada di Kota Denpasar.

Kata Kunci: Kepribadian nasabah, Penggunaan Saluran Perbankan Hijau, Adopsi

### **Pendahuluan**

Bank saat ini mengubah perilaku dan tindakan mereka dalam menanggapi peningkatan kesadaran global akan tantangan lingkungan. Langkah atau tindakan yang dapat dilakukan bank antara lain konsep penggunaan green banking channels. Green banking channel diartikan sebagai inisiatif yang menghasilkan penyelesaian kredit atau kegiatan operasional lainnya (Bai, 2011). Saluran perbankan hijau dapat diimplementasikan dalam berbagai cara, seperti

perbankan online, internet banking, rekening giro hijau, pinjaman hijau, mobile banking, outlet perbankan elektronik, dan konservasi energi yang bermanfaat bagi proyek lingkungan (Gupta, 2015). Konsep green banking saat ini sedang mempengaruhi industri perbankan di Indonesia, khususnya Bank Indonesia (BI), yang mewajibkan semua bank di Indonesia untuk menerapkan praktik green banking. Mengingat Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang mewajibkan semua kegiatan ekonomi untuk mematuhi mendorong kelestarian lingkungan dengan menjatuhkan sanksi pidana bagi pelanggar mulai dari denda hingga pencabutan izin lingkungan. Green banking channel diterapkan oleh bank-bank yang memiliki praktik operasional yang ramah lingkungan. Bank tidak secara langsung berkontribusi terhadap tingkat pencemaran lingkungan yang signifikan. Dalam tugas pengelolaan keuangan, pemakaian energi, air, dan sumber daya alam lainnya dilakukan secara terpisah dari penggunaan sektor lainnya. Walau demikian, bagaimanapun perbankan tetap tidak dapat dilepaskan dari masalah ini. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada kegiatan operasional di bank yang menggunakan jalur green banking. BCA dan BRI merupakan dua contoh bank swasta dan BUMN yang telah menerapkan konsep green banking.

Bank Central Asia (BCA) terus berkembang untuk menjadi perusahaan terkemuka dalam memberikan dampak dan menjadi contoh bagaimana mencapai pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Bank BCA telah menyediakan produk dan solusi perbankan digital seperti BCA mobile, BCA wiring, keunggulan QRku BCA, #BukaJalan BCA, dan Halo BCA. Dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang juga menyadari besarnya dampak perubahan iklim. Meski tidak berdampak langsung terhadap kinerja perekonomian perbankan. Risiko perubahan iklim dapat berdampak pada kegiatan operasional. Menanggapi risiko tersebut, BRI telah menerapkan inisiatif seperti meluncurkan Pinjaman Berkelanjutan, melakukan pembiayaan berbasis pendanaan hijau, dan mengembangkan kriteria sektor hijau. Lebih lanjut, BRI telah mengidentifikasi peluang penurunan emisi melalui digitalisasi, antara lain SMS banking, internet banking + BRImo, agen BRILink, EDC, dan Mocash + BRIMOLA.

Denpasar, pusat pemerintahan Bali, juga mewaspadaikan isu-isu global saat ini. Masyarakat yang masih ragu menggunakan produk berbasis digital, sehingga perbankan perlu lebih memberikan edukasi kepada masyarakat di Kota Denpasar tentang cara bertransaksi secara online (internet banking) yang dapat membantu mengurangi penggunaan kertas yang berlebihan di setiap bank. Kepribadian masyarakat Kota Denpasar yang membutuhkan jasa perbankan untuk melakukan transaksi di bank memaksa mereka untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Namun, tidak menutup kemungkinan kepribadian mereka masih memerlukan sistem atau cara lama, seperti bertransaksi langsung ke bank, jika mengadopsi green banking channel yang semuanya digital. Dan mungkin saja kepribadian mereka percaya bahwa perubahan ini akan lebih sulit untuk diterapkan. Menurut (Koswara, 2003), istilah "kepribadian" mengacu pada citra sosial tertentu yang diterima individu dari kelompok atau masyarakatnya, dan individu tersebut diharapkan berperilaku sesuai dengan atau berdasarkan citra (peran) sosial tersebut. Akibatnya, kepribadian seseorang sangat penting dalam memutuskan apakah akan menggunakan saluran perbankan hijau atau tidak. Menurut penelitian Lilis Supriyanti (2021) kepribadian berpengaruh positif terhadap adopsi. Dengan tuntutan era globalisasi, masyarakat harus mengadopsi penggunaan saluran perbankan hijau untuk membantu penyelesaian masalah global yang ada (Anggraini et al., 2020). Misalnya,

hindari penggunaan kertas yang berlebihan, yang dapat merusak lingkungan. Hal ini menjadi penting ketika mereka dihadapkan pada dunia yang tidak lagi konvensional, dimana semuanya kini serba online.

Adopsi adalah proses mental yang melibatkan memutuskan apakah akan menerima atau menolak ide baru dan kemudian mengkonfirmasi penerimaan atau penolakan ide baru (Sofuwan et al., 2015). Proses perubahan sosial yang menghasilkan adopsi suatu inovasi melibatkan mengkomunikasikan penemuan baru kepada orang lain sebelum masyarakat atau sistem sosial mengadopsinya (Hayati & Yulianto, 2020). Menurut Handayani (2019), bank-bank milik negara memimpin dalam memasukkan konsep perbankan hijau ke dalam operasi mereka. Bank-bank milik negara telah memimpin dalam menerapkan praktik perbankan berwawasan lingkungan yang mengutamakan penyelarasan nilai-nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengambilan keputusan bisnis (Sofuwan et al., 2015). Saluran perbankan diterima sebagai sarana untuk mendiami dunia perbankan dan membantu dalam pengurangan dampak dari isu-isu global. Kegiatan operasionalnya merupakan upaya perbankan untuk mencapai pemenuhan di bidang operasional bank. Tujuan dari Green Banking Behavior ini adalah untuk memperkenalkan lingkungan, khususnya di lingkungan internal perbankan (Hayati & Yulianto, 2020). Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan berdasarkan diri sendiri untuk melakukan atau melakukan suatu inovasi dalam adopsi teknologi seperti green banking. Penulis memilih masyarakat Kota Denpasar sebagai objek penelitian karena masyarakat Kota Denpasar sadar akan perkembangan digital, dan kemajuan ini berpotensi mengubah gaya hidup masyarakat di Kota Denpasar.

### **Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

Theory of Reasoned Action (TRA) merupakan pengetahuan mempelajari tingkah manusia. Menurut penelitian psikologi sosial, niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu menentukan apakah mereka terlibat dalam perilaku itu atau tidak (Ajzen & Fishbein, 2005). Menurut TRA, kepercayaan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi norma dan sikap sosial, yang pada gilirannya mengubah cara orang berperilaku, baik secara sadar maupun tidak sadar. Kepribadian adalah ketika berinteraksi dengan orang lain, kebiasaan, sikap, atau karakteristik seseorang dikatakan berkembang (Koswara, 2003). Menurut kepribadian (personality), istilah tersebut merujuk pada persepsi sosial tertentu yang diperoleh orang dari kelompok atau kelompoknya (Koswara, 2003). Orang diharapkan untuk bertindak dengan cara yang mencerminkan atau sesuai dengan peran sosial yang diberikan kepada mereka. adopsi merupakan langkah dalam proses difusi, dimana adopsi mengacu pada tindakan individu terhadap inovasi dan difusi mengacu pada penyebaran inovasi dalam suatu komunitas. Adopsi teknologi baru tidak terjadi secara linier, karena satu orang dapat menerimanya adopsi dengan cara yang berbeda. Menurut Bai (2011), bank yang menerapkan saluran perbankan hijau memiliki praktik operasional yang ramah lingkungan. Saluran perbankan hijau dapat diimplementasikan dalam berbagai metode, antara lain perbankan online, internet banking, rekening giro hijau, pinjaman hijau, mobile banking, outlet perbankan elektronik, dan konservasi energi yang mendukung proyek lingkungan (Gupta, 2015). Berdasarkan latar belakang dan pembahasan teori diatas, didapatkan dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepribadian nasabah berpengaruh positif terhadap adopsi.

Kepribadian konsumen (nasabah) memiliki pengaruh terhadap sikap dalam menerima suatu adopsi. Ketika kepribadian mereka merasa yakin dan percaya akan adanya suatu adopsi, maka mereka akan memiliki sikap suka atas adopsi tersebut. Sebaliknya, jika kepribadian mereka masih ragu untuk melakukan suatu adopsi, maka konsumen akan memiliki sikap tidak suka pada adopsi tersebut. Penelitian dari Supriyanti (2021) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap adopsi.

H2 : Adopsi berpengaruh positif terhadap penggunaan saluran perbankan hijau.

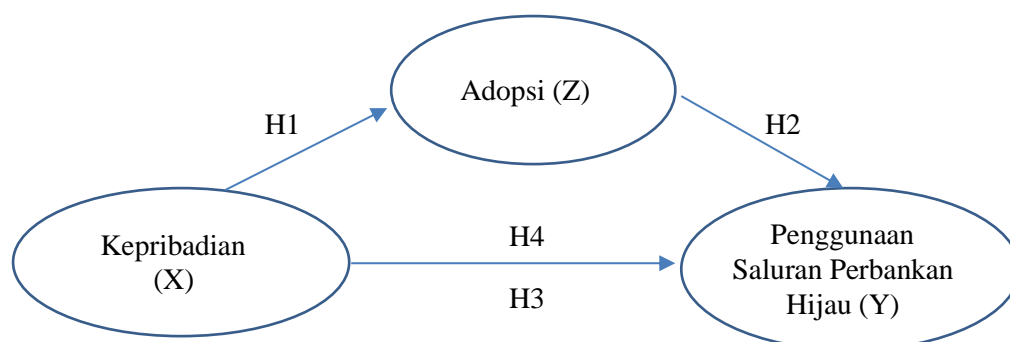
Adopsi inovasi menjadi sebuah proses perubahan sosial dengan melakukan komunikasi kepada pihak lain, dan selanjutnya dilakukan proses adopsi oleh masyarakat. Adopsi inovasi dapat diartikan sebagai suatu proses mental atau perubahan perilaku baik yang berupa pengetahuan, sikap, maupun keterampilan, pada diri seseorang sejak mengenal inovasi. (Handajani et al., 2019) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa adopsi berpengaruh positif terhadap penggunaan saluran perbankan hijau.

H3 : Kepribadian berpengaruh positif terhadap penggunaan saluran perbankan hijau.

Kepribadian adalah kumpulan dinamis dari sistem psikofisik unik yang menentukan tindakan dan pikiran orang dengan cara yang unik. Dengan mengacu pada tubuh dan jiwa manusia sebagai sistem psikofisik, dua sistem yang berbeda tetapi saling berhubungan yang terus menerus berinteraksi untuk membentuk perilaku. Perilaku konsumen, seperti yang didefinisikan oleh (Kotler & Keller, 2016), adalah studi tentang bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, memperoleh, dan menggunakan produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pada variabel kepribadian belum ada penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penggunaan saluran perbankan hijau.

H4 : Adopsi mampu memediasi pengaruh kepribadian terhadap penggunaan saluran perbankan hijau.

Tingkat Adopsi merupakan kecepatan relatif dimana anggota sistem sosial mengadopsi suatu inovasi. Biasanya dihitung sebagai jumlah orang yang menerima konsep baru dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Kepribadian konsumen yang mempertimbangkan suatu adopsi inovasi untuk menggunakan saluran perbankan hijau. Pada variabel ini belum ada kajian penelitian yang serupa.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## Hasil Penelitian

### a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 1) *Convergen Validity*

Dalam pengujian validitas konvergen nilai outer loading harus  $>0,7$  (Furadantin, 2018). Jika data sudah memenuhi ketentuan tersebut maka dapat dikatakan valid. Hasil analisis validitas konvergen dapat diketahui dari tabel 1.

**Tabel 1. Nilai Outer Loading**

Variabel	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>
Kepribadian Nasabah	X1.1	0.875
	X1.2	0.837
	X1.3	0.864
Penggunaan Saluran Perbankan Hijau	Y1.1	0.797
	Y1.2	0.898
	Y1.3	0.820
Adopsi	Z1.1	0.905
	Z1.2	0.849
	Z1.3	0.902
	Z1.4	0.859

Sumber: Data primer diolah, 2022

Variabel Kepribadian Nasabah (X), Adopsi (Z), dan Penggunaan Saluran Perbankan Hijau (Y) semuanya memberikan nilai outer loading  $> 0,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi validitas konvergen.

#### 2) *Discriminant Validity*

Bila korelasi indikator konstruk memiliki nilai lebih besar dibanding dengan korelasi indikator terhadap konstruk lainnya maka dapat disimpulkan konstruk memiliki diskriminan yang tinggi (Chin, 1998). Hasil pengujian validitas diskriminan dapat di lihat pada tabel berikut.

**Tabel 2. Crossloading**

Indikator	Kepribadian Nasabah	Penggunaan Saluran Perbanakn Hijau	Adopsi
X1.1	<b>0.875</b>	0.697	0.415
X1.2	<b>0.837</b>	0.561	0.296
X1.3	<b>0.864</b>	0.682	0.324
Y1.1	0.530	<b>0.797</b>	0.433
Y1.2	0.704	<b>0.898</b>	0.482
Y1.3	0.661	<b>0.820</b>	0.375
Z1.1	0.446	0.497	<b>0.905</b>
Z1.2	0.277	0.388	<b>0.849</b>
Z1.3	0.378	0.500	<b>0.902</b>
Z1.4	0.293	0.395	<b>0.859</b>

Sumber: Data primer diolah, 2022

Nilai cross loading tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator yang membentuk suatu variabel dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik karena memiliki nilai *cross loading* lebih besar untuk variabel yang disusunnya disbanding dengan variabel lainnya.

3) *Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)*

Reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari setiap variabel sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 3.** *Reliability dan Average Variance Extract (AVE)*

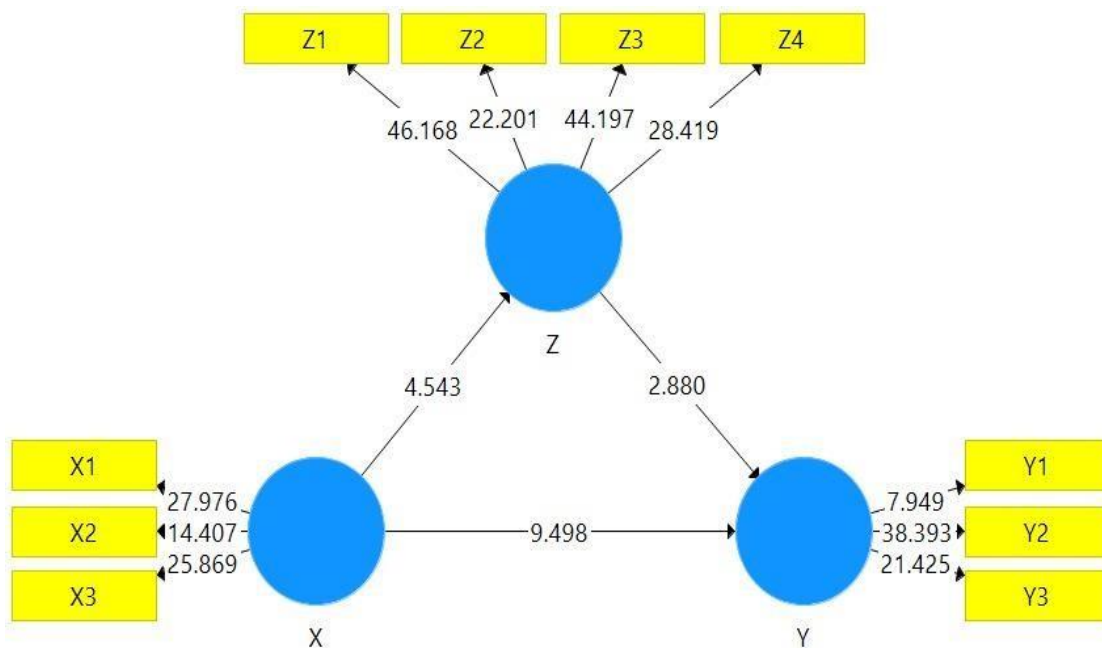
Variabel	Composite Reliability	Cronbach Apha	Average Variance Extracted (AVE)
- Kepribadian Nasabah	0.894	0.823	0.738
- Penggunaan saluran perbankan hijau	0.877	0.790	0.704
- Adopsi	0.931	0.903	0.773

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Setiap variabel mempunyai hasil *composite reliability* > 0.7 dan hasil *Cronbach alpha* > 0.6, serta AVE > 0.5 sesuai dengan Tabel 3. Oleh karena itu, masing-masing variabel tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas.

**b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Hasil analisis SEM-PLS full model struktural dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



**Gambar 2.** Hasil Analisis SEM-PLS

## 1) Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien Determinasi menjelaskan seberapa besar variabel bebas pada model mampu menjelaskan variasi variabel terikat.

**Tabel 4.** Koefisien Determinan (R-Square)

Variabel Bebas	R-square	R-square adjusted
Penggunaan Saluran Perbankan Hijau	0.626	0,618
Adopsi	0.165	0,157

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa variabel penggunaan green banking channels mempunyai nilai R-square sebesar 0,626 yang berarti bahwa variasi penggunaan saluran perbankan hijau dapat dijelaskan oleh kepribadian nasabah dan adopsi sebesar 62,6 persen. Sedangkan R-square variabel Adopsi sebesar 0,165 yang berarti variasi variabel adopsi dapat dijelaskan oleh kepribadian nasabah sebesar 16,5%.

## 2) Q Square

Selanjutnya, digunakan perhitungan q-square yang bertujuan untuk mengetahui nilai keragaman dari data hasil penelitian. Perhitungan untuk mengetahui nilai q-square dapat dilihat dibawah ini :

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) \\
 &= 1 - (1 - 0.626) (1 - 0.165) \\
 &= 1 - (0.374) (0.835) \\
 &= 1 - (0.312) \\
 &= 0.688 = 68.8\%
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Q-square sebesar 0,688 menunjukkan lebih besar dari 0,5 yang berarti dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian nasabah dan adopsi mampu memprediksi penggunaan saluran perbankan hijau dengan baik.

**Pengujian Hipotesis**

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat diketahui dari Tabel 5 berikut.

**Tabel 5.** Nilai Koefisien Jalur

Direct Effect	Original Sample (O)	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Hasil
Kepribadian nasabah → Penggunaan Saluran Perbankan Hijau	0.659	0.069	9.498	0.000	Diterima
Kepribadian nasabah → Adopsi	0.406	0.089	4.543	0.000	Diterima
Adopsi → Penggunaan Saluran Perbankan Hijau	0.245	0.085	2.880	0.004	Diterima
<b>Indirect effects</b>					
Kepribadian nasabah → Adopsi → Penggunaan Saluran Perbankan Hijau	0.100	0.049	2.026	0.043	Diterima

Sumber: data primer diolah, 2022

## **Pembahasan**

### **Kepribadian Nasabah Berpengaruh Positif Terhadap Adopsi**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis didapat hasil variabel kepribadian nasabah memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.406 dengan p-values  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Kepribadian nasabah memberikan pengaruh yang positif terhadap Adopsi. Kepribadian merupakan salah satu sifat atau tingkah laku utama seseorang (Hayati & Yulianto, 2020). Percepatan adopsi sistem transaksi teknologi informasi untuk meningkatkan aksesibilitas layanan jasa perbankan akan mempengaruhi kebiasaan nasabah (Waspada, 2012). Hasil penelitian ini didukung oleh Supriyanti (2021) yang menyatakan bahwa kepribadian berpengaruh positif terhadap adopsi. Dalam teori TRA suatu perilaku akan terjadi dengan sikap yang terbentuk akibat perilaku tersebut. Kepribadian yang merujuk pada bagaimana sifat pribadi seorang nasabah yang menerima adanya suatu adopsi inovasi yang dilakukan oleh Bank BCA dan Bank BRI. Dan meyakini serta percaya bahwa adopsi inovasi itu dapat memberikan dampak yang baik bagi kehidupan sehari – hari mereka. Semakin baik sikap kepribadian nasabah yang ditunjukkan pada suatu adopsi maka akan mendukung suatu perubahan atau pembaharuan yang terjadi.

### **Adopsi Berpengaruh Terhadap Penggunaan Saluran Perbankan Hijau**

Berdasarkan hasil analisis data didapat hasil variabel Adopsi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.245 dengan p-values  $0,004 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa Adopsi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Saluran Perbankan Hijau. Hasil penelitian ini didukung (Handayani, 2019) yang menyatakan bahwa adopsi berpengaruh positif terhadap penggunaan saluran perbankan hijau. Menurut TRA, kepercayaan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi norma dan sikap sosial, yang pada gilirannya mengubah cara orang berperilaku, baik secara sadar maupun tidak sadar. Adopsi inovasi atas saluran perbankan hijau dapat menjadi faktor penentu apakah nasabah mau untuk ikut mengadopsi penggunaan saluran perbankan hijau yang sudah diterapkan oleh Bank BCA dan Bank BRI. Sikap atau kepribadian nasabah yang positif atas penggunaan saluran perbankan hijau dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan adopsi pada saluran perbankan hijau karena nasabah telah percaya dan yakin menggunakan produk perbankan dengan konsep saluran perbankan hijau.

### **Kepribadian berpengaruh terhadap Penggunaan Saluran Perbankan Hijau**

Hasil analisis data diperoleh variabel kepribadian memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,659 dengan p-values  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan saluran perbankan hijau. Hasil penelitian ini didukung oleh Hikmawati et al. (2016) variabel kepribadian berpengaruh terhadap perilaku. Lebih lanjut dijelaskan dalam teori TRA, konsep sikap terhadap perilaku menyatakan bahwa seseorang akan mempertimbangkan pilihan mereka dan hasil potensial dari tindakan yang dipilih sebelum memutuskan apakah akan terlibat dalam perilaku atau tidak. Menurut ide ini, motivasi seseorang untuk terlibat dalam perilaku atau tidak tergantung pada keyakinannya dan penilaian konsekuensi dari perilaku mereka. Temuan dalam penelitian ini menyiratkan bahwa Kepribadian secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi



penggunaan saluran perbankan hijau. Temuan pada penelitian ini yaitu dimana kepribadian seorang nasabah percaya dan menerima penggunaan saluran perbankan hijau pada Bank BCA dan Bank BRI. Dimana kepribadian nasabah tersebut merasakan benefit atau manfaat yang baik saat menggunakan produk perbankan dengan konsep saluran perbankan hijau.

### **Adopsi dapat Memediasi Pengaruh Kepribadian Terhadap Penggunaan Saluran Perbankan Hijau**

Hubungan tidak langsung dari variabel kepribadian terhadap penggunaan saluran perbankan hijau melalui adopsi memberikan koefisien jalur sebesar 0,100 dengan p-values  $0,043 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa adopsi mampu memediasi pengaruh kepribadian nasabah terhadap penggunaan saluran perbankan hijau. Hasil penelitian ini didukung oleh Handayani et al. (2019) yang menunjukkan bahwa bank BUMN menjadi pioner yang mengadopsi konsep green banking dalam bisnisnya dan telah mengungkapkan informasi tentang green banking dengan pola yang beragam. Menurut TRA seseorang yang percaya bahwa hasilnya menguntungkan akan tampak menguntungkan terhadap tindakan itu, dan sebaliknya. Kesan individu tentang apa yang orang lain perhatikan berdasarkan perilaku. Jika seseorang akan melakukan proses adopsi atas kemauan pribadi dan selanjutnya menunjukkan perilaku penggunaan. Temuan pada penelitian ini menyatakan adopsi dapat bertindak sebagai penyangga antara ciri-ciri kepribadian dan penggunaan saluran perbankan hijau. Temuan pada penelitian ini yaitu dimana produk Bank BCA dan Bank BRI dengan konsep saluran perbankan hijau yang digunakan oleh nasabah dapat dipengaruhi oleh kepribadian nasabah itu sendiri dengan melakukan adopsi yang cenderung positif sebagai mediasi.

### **Simpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepribadian secara positif dan signifikan mempengaruhi Adopsi. Hal ini menyiratkan bahwa di Bank BCA dan Bank BRI, keputusan mengadopsi teknologi perbankan sangat dipengaruhi oleh kepribadian konsumen. Variabel adopsi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel penggunaan saluran perbankan hijau. Termasuk penerapan inovasi green banking yang dapat mempengaruhi nasabah memilih untuk menggunakan layanan green banking yang ditawarkan oleh BCA dan Bank BRI. Variabel kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Penggunaan Saluran Perbankan Hijau, hal ini menunjukkan bahwa seseorang mengelola penggunaan perbankan hijau di Bank BCA dan Bank BRI. Adopsi mampu memediasi pengaruh kepribadian nasabah terhadap Perbankan Hijau. Hal ini berarti dimana produk perbankan dengan konsep saluran perbankan hijau pada Bank BCA dan Bank BRI yang digunakan oleh nasabah dapat dipengaruhi oleh kepribadian nasabah itu sendiri dengan melakukan adopsi.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak bank BCA dan BRI dapat mempertahankan serta meningkatkan dalam mewujudkan penggunaan saluran perbankan hijau dengan terus memperkenalkan produk – produk yang berkaitan dengan saluran perbankan hijau, sehingga kepribadian nasabah dari bank BCA dan BRI siap dan sanggup mengadopsi penggunaan saluran perbankan hijau. Bagi nasabah diharapkan dapat terus mendukung

penggunaan saluran perbankan hijau sehingga dapat membantu mengurangi dampak isu global yang ada di sektor perbankan. Serta tidak lupa menyempatkan untuk memberikan kritik dan saran apabila saluran perbankan hijau yang diberikan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji aspek-aspek tambahan dari penerapan teknologi green banking secara lebih rinci.

## Referensi

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. 173–221.
- Anggraini, D., Nita Aryani, D., Budi Prasetyo, I., & Malang Kucecwara, S. (2020). Analisis Implementasi Green Banking dan Kinerja Keuangan Terhadap Protabilitas Bank Indonesia (2016-2019).
- Bai, Y. (2011). *Financing a Green Future*.
- Gupta, J. (2015). *Role of Green Banking in Environment Sustainability-A study of selected Commercial Banks in Himachal Pradesh*. ~ 349 ~, 2, 349–353. [www.allsubjectjournal.com](http://www.allsubjectjournal.com)
- Handajani, L., Rifai, A., & Husnan, H. (2019). Kajian Tentang Inisiasi Praktik Green Banking Pada Bank BUMN. *Jurnal Economia*, 15(1), 1–16.
- Handayani, L. (2019). *Corporate Governance dan Green Banking Disclosure: Studi Pada Bank di Indonesia*. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis (JDAB)*, 6(2), 121–136.
- Hayati, N., & Yulianto, E. (2020). Peranan Keuangan Berkelanjutan Pada Industri Perbankan Dalam Mendukung Sustainable Development Goals. In *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi* (Vol. 6, Issue 1).
- Hikmawati, K. A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 37, Issue 2). [www.bareksa.com](http://www.bareksa.com)
- Koswara, E. (2003). *Teori-teori Kepribadian Edisi II*. PT Eresco.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Lilis Supriyanti. (2021). Pengaruh Karakteristik Kepribadian pada Pembelian Impulsif: Efek Moderasi Pengetahuan Tentang Promosi Penjualan dan Adopsi Dompot Elektronik . *Tesis Magister Sains Manajemen*.
- Sofuwan, T. M., Pt, K., Palembang, P., & Nurrahmi, M. (2015). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi pada PT Sequislife Insurance Cabang Palembang.
- Waspada, I. (2012). *Percepatan Adopsi Sistem Transaksi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Jasa Pebankan* (Vol. 16, Issue 1). <http://jurkubank.wordpress.com>
- Tentang BCA - Laporan Berkelanjutan. (2021). Retrieved September 14, 2022, from [www.bca.co.id website: https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Keberlanjutan](https://www.bca.co.id/id/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Keberlanjutan)