

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Penerapan konsep *green finance* pada 30 perbankan di Indonesia yang menjadi subjek dalam penelitian ini, melalui analisa gambaran karakteristik beserta pengujian hipotesis analisis SEM-PLS, maka hasil penelitian ini menghasilkan simpulan yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis terhadap variabel faktor eksternal, faktor internal, program *corporate social responsibility*, strategi *green finance*, implementasi strategi *green finance* berkelanjutan, dan *banking* reputasi *green finance* di Indonesia, didapatkan hasil sebagai berikut:
  - a. **Faktor eksternal** yang dimiliki perbankan *green finance* di Indonesia merupakan peluang. Indikator yang menyebabkan peluangnya tinggi diantaranya mengenai perbankan menyiapkan dan mengembangkan sumber daya manusia, menyalurkan pembiayaan/pinjaman investasi atau menempatkan pada instrumen keuangan atau proyek yang bersesuaian dan kegiatan nasabah berdampak pada *sustainability development* yang dibantu bank. Dimensi *global trend* memberikan peluang terbesar dibanding dimensi lainnya, hal ini mengindikasikan bahwa partisipasi perusahaan untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable development goals*) mendukung kebijakan *green finance* yang dilakukan perbankan di Indonesia, untuk masyarakat sekitar yaitu dengan perencanaan dan implementasi program *corporate social responsibility* (CSR) (Dahlius, 2016).
  - b. **Faktor internal** yang dimiliki perbankan *green finance* di Indonesia merupakan kekuatan. Indikator yang menyebabkan kekuatannya tinggi diantaranya mengenai kemampuan bank merealisasikan program khusus *corporate social responsibility* (CSR) yang berdampak pada kesadaran

lingkungan, kapabilitas bank di dalam pengendalian risiko, berlandaskan pada kewajiban (*social obligation*), tanggung jawab sosial (*social responsibility*), dan kepedulian sosial (*social responsiveness*), pimpinan menjalankan kegiatan di bidang pendidikan, budaya, kesehatan, olah raga, sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan dan pimpinan meningkatkan portopolio pembiayaan/kredit berkelanjutan (*sustainable finance*) yang mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Dimensi teknologi yang dimiliki merupakan kekuatan terbesar dibanding dimensi lainnya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa teknologi informasi menjadi kekuatan perusahaan guna pengambilan keputusan program dan pemberian dana *corporate social responsibility*.

- c. Berdasarkan hasil penelitian variabel **program corporate social responsibility** sangat dipertimbangkan pada perbankan *green finance* di Indonesia. Indikator yang menyebabkan sangat dipertimbangkannya CSR diantaranya mengenai keputusan pimpinan dalam menetapkan program *corporate social responsibility* berupa kegiatan-kegiatan *green finance*, penetapan alokasi dana untuk menjalankan *corporate social responsibility* berbasis *green finance*, dan penetapan kegiatan *green finance* yang telah direalisasikan, dilaporkan dalam RKAB.
- d. Hasil penelitian variabel **strategi green finance** perbankan di Indonesia telah terlaksana. Indikator yang menyebabkan terlaksananya strategi *green finance* diantaranya mengenai pelaksanaan sektor-sektor unggulan prioritas yang mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan dan penanganan perubahan iklim yang ditetapkan pemerintah melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah dan Jangka Panjang (RPJMN dan RPJP) dan pelaksanaan forum/kegiatan/kerjasama terkait keuangan berkelanjutan, baik dalam tingkat regional/nasional/lokal.
- e. **Implementasi strategi green finance berkelanjutan** yang dimiliki perbankan di Indonesia telah efektif. Indikator yang menyebabkan efektifnya implementasi strategi *green finance* berkelanjutan diantaranya

mengenai pelaksanaan program pembiayaan/kredit *sustainable-linked loan* di bank tempat bekerja dan pelaksanaan penunjukan karyawan untuk merealisasikan pembiayaan/kredit *sustainable-linked loan*. Dimensi *most of the agreement contain a combination* lebih efektif dibanding dimensi lainnya. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pembiayaan/kredit dengan penggabungan dari beberapa perjanjian untuk melaksanakan *sustainable lending* sangat efektif.

- f. **Banking reputasi green finance** yang dimiliki perbankan di Indonesia dinilai positif. Indikator yang menyebabkan dinilai positif diantaranya mengenai penilaian nasabah atas aturan yang dijalankan di dalam menerapkan keuangan berkelanjutan, penilaian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terhadap bank tempat bekerja terkait pengalaman menghadapi perubahan kondisi eksternal yang signifikan, pelaksanaan penunjukan penilaian masyarakat atas aturan yang dijalankan di dalam menerapkan keuangan berkelanjutan dan penilaian masyarakat atas kepercayaan terhadap bank tempat bekerja. Dimensi kompetensi, kepercayaan, dan pengalaman perusahaan mendapatkan nilai yang sama. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa faktor *core business* dan *core competencies* perusahaan untuk mencapai keberhasilan perusahaan, hubungan antara perusahaan dan nasabah, serta pengetahuan dan pengalaman perusahaan untuk menilai keahlian perusahaan memiliki peran yang sama pentingnya pada perusahaan.

2. **Faktor eksternal dan faktor internal** berpengaruh terhadap **program corporate social responsibility (PCSR)** secara **simultan** (temuan uji hipotesis 1). Hasil pengujian secara simultan ini menunjukkan bahwa paling sedikit satu variabel exogen faktor eksternal atau faktor internal berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen program *corporate social responsibility*. Ternyata, **Faktor internal** memberikan dampak yang berarti (signifikan) terhadap **program corporate social responsibility (PCSR)** (hasil pengujian hipotesis 1-2). Sedangkan **faktor eksternal** tidak memberikan pengaruh signifikan pada

- program corporate social responsibility (PCSR)** (hasil pengujian hipotesis 1-1).
3. **Faktor eksternal** dan **faktor internal** serta **program corporate social responsibility (PCSR)** berpengaruh terhadap **strategi green finance** secara simultan (hasil pengujian hipotesis 2). Hasil pengujian secara simultan ini menunjukkan bahwa paling sedikit satu variabel exogen faktor eksternal, faktor internal, atau *program corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen *strategi green finance*. **Faktor eksternal** memberikan pengaruh signifikan terhadap **strategi green finance** (hasil pengujian hipotesis 2-1) begitupun **faktor internal** berpengaruh signifikan terhadap **strategi green finance** (hasil pengujian hipotesis 2-2). **Program corporate social responsibility (PCSR)** berpengaruh terhadap **strategi green finance** (hasil pengujian hipotesis 2-3).
  4. **Strategi green finance** berpengaruh terhadap **implementasi strategi green finance berkelanjutan** (hasil pengujian hipotesis 3).
  5. **Implementasi strategi green finance berkelanjutan** berpengaruh terhadap **banking reputasi green finance** (hasil pengujian hipotesis 4).

## 5.2 Implikasi

*Program corporate social responsibility (PCSR)* merupakan program yang telah dipersiapkan oleh perusahaan dalam rangka mengimplementasikan gagasan atau gerakan sebagai wujud pertanggungjawaban organisasi kepada lingkungan sosial atau lingkungan seputar perusahaan beroperasional. Bentuk tanggung jawab tersebut dapat berupa aktifitas yang dapat menumbuhkan kelayakan hidup masyarakat sekitar atau menjaga kesehatan lingkungan, memberikan dana bantuan pendidikan bagi usia sekolah yang berada di sekitarnya, dana yang digunakan dalam memelihara fasilitas umum, bantuan dalam pembangunan desa atau fasilitas sosial untuk masyarakat sehingga dapat dipergunakan oleh masyarakat banyak, terutama dirasakan manfaatnya oleh masyarakat yang ada disekitar perusahaan, atau dana bantuan yang dipergunakan untuk mengoperasikan gagasan bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya), perusahaan adalah memiliki

berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh *stakeholders*, dimana meliputi kepada pelanggan, pegawai, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan yang mencakup kepada keseluruhan aspek operasional perusahaan dan termasuk dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Bonanni et al., 2011). **Program corporate social responsibility** (PCSR) dipengaruhi **faktor eksternal** yang terdiri dari peraturan otoritas jasa keuangan, *global trend*, kompetitor, dan nasabah, juga dipengaruhi **faktor internal** yang terdiri dari *shareholder*, *leadership*, **karyawan, dan teknologi yang dimiliki.**

**Faktor eksternal dan faktor internal** yang dimiliki perbankan serta dengan adanya **program corporate social responsibility** mempengaruhi **strategi green finance** perbankan di Indonesia. Strategi *green financing* diwujudkan dalam bentuk rancangan pembiayaan atau penyaluran pinjaman pada praktisi bisnis yang mengaplikasikan kepedulian pada tindakan yang tidak merusak ekosistem. Oleh karenanya perbankan yang menjadi institusi penyalur pinjaman, memasukan pertimbangan atas upaya bisnis dalam kepedulian pada ekosistem dan upaya mereka dalam mengurangi dampak bisnis yang akan mengakibatkan kerusakan lingkungan, dalam proses evaluasi kreditnya. Merujuk pada penerapan regulasi pemerintah agar dapat menerima pembiayaan dengan konsep *green financing*, maka yang meminjam dana atau praktisi bisnis dalam mengoperasikan usahanya, menjadi keharusan untuk berupaya mengurangi penggunaan energi dan patut menyanggupi syarat 3R (*reduce, reuse, recycle*) (Soundarrajan & Vivek, 2016).

Perbankan yang melakukan implementasi strategi *green finance* secara berkelanjutan akan mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang positif dimata *stakeholder* perusahaan. Sebagaimana dikemukakan pada penelitian terdahulu bahwa reputasi perusahaan dipengaruhi oleh kinerja sosial, kinerja ekonomi/keuangan, resiko pasar yang memperhatikan masalah lingkungan (Brammer & Pavelin, 2006); Reputasi perusahaan terkait kinerja ekonomi dan reputasi ramah lingkungan terkait tata kelola lingkungan, akan memberikan kepuasan pelanggan, dimana tata kelola lingkungan perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan (Tang et al., 2012).

### 5.3 Rekomendasi

Penelitian ini mengenai hubungan antara faktor eksternal, faktor internal, program *corporate social responsibility*, strategi *green finance*, implementasi strategi *green finance* berkelanjutan untuk meningkatkan *banking* reputasi *green finance* perbankan di Indonesia dalam disertasi ini hanya dilakukan pada 30 bank yang menerapkan *green finance* di Indonesia.

Berdasarkan statistik deskriptif, verifikatif dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti merekomendasikan beberapa hal:

1. Faktor eksternal yang harus menjadi perhatian utama perbankan di Indonesia adalah kompetitor. Adanya bank pesaing yang menyalurkan pembiayaan kepada usaha menggunakan energi dengan persyaratan 3R (*reduce, reuse, recycle*) menjadi tantangan perbankan untuk memperoleh nasabah. Untuk menghadapi persaingan usaha adalah dengan mengenali kompetitor. Dengan mengetahui apa yang kompetitor tawarkan perusahaan dapat membantu membuat produk, layanan, pemasaran yang lebih menarik, menetapkan harga lebih kompetitif dan melakukan kampanye pemasaran yang lebih baik. Dengan mengenali pesaing bisnis, berarti mengetahui apa kelebihan dan kelemahan kompetitor. Dengan memanfaatkan kelemahan kompetitor dapat dijadikan sebagai strategi bisnis. Selain itu, dapat menilai risiko ancaman yang mungkin datang dari pendatang baru atau pesaing saat ini. Dengan begitu, perusahaan dapat bersikap realistis terkait peluang kesuksesan usaha di tengah tumbuhnya berbagai jenis usaha saat ini.
2. Faktor internal yang ada di perbankan *green finance* di Indonesia yang masih perlu ditingkatkan berkaitan dengan aspek teknologi yang dimiliki. Di era digitalisasi perbankan yang mampu bertahan dan memiliki daya saing yang baik adalah bank yang memiliki teknologi informasi serta sistem *software* yang mendukung untuk menjalankan program kerja *green finance* yang tercatat dalam RKAB. Strategi yang harus diterapkan perusahaan adalah dengan penyelarasan bisnis dan kemampuan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan bisnis. Program yang dapat diterapkan perbankan agar dapat menguasai pasar adalah dengan mengikuti perubahan yang cepat, harus

seefisien mungkin agar tetap kompetitif, menyediakan koneksi melalui media social dan jaringan, pengendalian biaya, *green IT*, virtualisasi server untuk menurunkan biaya bisnis, memanfaatkan mobilitas agar karyawan lebih fleksibel dalam bekerja, manajemen pengetahuan / data, mengendalikan keamanan perusahaan dan menyatukan semuanya untuk mendukung tujuan dan *value* perusahaan.

3. Program *corporate social responsibility* yang masih perlu ditingkatkan mengenai keputusan pimpinan dalam menetapkan strategi *green finance* yang didanai oleh program *corporate social responsibility*. Strategi kepemimpinan dalam CSR diantaranya adalah pimpinan harus mengintegrasikan inti tanggung jawab ke struktur organisasi dan strategi bisnis, menciptakan peluang baru dan nilai lebih dari CSR, membuat suatu skema komitmen terhadap publik yang direlevansikan dengan prinsip, tujuan, dan kinerja perusahaan, serta melibatkan perusahaannya secara penuh dan berdedikasi dengan para *stakeholders*.
4. Strategi *green finance* yang harus ditingkatkan berkenaan dengan pelaksanaan penyediaan produk dan/atau jasa perbankan yang mencakup seluruh sektor ekonomi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Strategi yang dilakukan misalnya memberikan pinjaman yang diterbitkan dengan bunga rendah untuk penanaman pohon pada berbagai komunitas, pinjaman sindikasi untuk mendanai proyek-proyek hijau lintas batas, *green bonds*, pendanaan energi surya.
5. Implementasi strategi *green finance* berkelanjutan yang perlu ditingkatkan terdapat dalam aspek *green loan*, salah satunya mengenai pelaksanaan prosedur atas pembiayaan/kredit *green loan* di bank tempat bekerja. Strategi yang dilakukan membuat produk pembiayaan/kredit untuk segmen usaha yang ramah lingkungan sehingga berdampak pada pertumbuhan berkelanjutan yang dihasilkan dari keselarasan antara kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.
6. Meningkatkan *banking* reputasi *green finance*, aspek yang harus diperhatikan berkenaan dengan indikator keunggulan diantaranya mengenai penilaian masyarakat terhadap bank tempat bekerja terkait produk-produk bank yang

berdaya saing. Strategi bank untuk meningkatkan penilaian masyarakat yang positif mengenai keunggulan bank terkait *green finance*, dengan cara menjalankan aturan yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menerapkan POJK Nomor 51/POJK.03/2017, yaitu pedoman teknis bagi lembaga jasa keuangan (LJK/Bank), emiten dan perusahaan publik di dalam menerapkan keuangan berkelanjutan.

7. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selaku regulator perlu menganalisis dan mengeluarkan aturan perihal besaran biaya *corporate social responsibility* (CSR) yang lebih spesifik dan memberikan sanksi administratif bagi lembaga jasa keuangan (LJK/Bank), emiten dan perusahaan publik, yang tidak melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR), karena program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai komitmen bagi lembaga jasa keuangan (LJK/Bank), emiten dan perusahaan publik untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus memantau dan menilai pelaksanaan roadmap ke-1 dan ke-2 yang dijalankan oleh perbankan di Indonesia dan membuat aturan tegas bagi bank yang tidak menjalankan POJK Nomor 51/POJK.03/2017, dengan merealisasikan 8 (delapan) prinsip keuangan berkelanjutan ke dalam visi, misi, rencana strategis, dan program kerja.