

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Inovasi

1. Pengertian Strategi

Asal usul kata "strategi" dapat ditelusuri kembali ke kata Yunani kuno "Strategos," yang terdiri dari "Stratos" yang berarti tentara dan "ego" yang berarti pemimpin. Konsep strategi memperkuat ide bahwa ini adalah suatu rencana yang mendalam yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Secara esensial, strategi adalah alat yang diperlukan untuk mewujudkan impian.¹ Dalam konteks umum, strategi merupakan seni menggunakan berbagai sumber daya dan keterampilan organisasi dengan efektif untuk mencapai tujuan, sambil tetap memperhatikan faktor-faktor lingkungan yang dapat memengaruhi jalannya rencana.²

Dalam dunia perbankan, strategi memainkan peran krusial dalam memperkuat posisi bank dan mencapai tujuan serta keunggulan di pasar. Implementasi strategi di dalam bank membutuhkan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat, baik itu dari internal maupun eksternal, guna memastikan kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis. Harapannya adalah strategi yang diterapkan akan memberikan keuntungan yang lebih baik bagi bank serta menjaga posisi yang kuat di antara pesaing dalam industri perbankan yang kompetitif.

¹ Fred. R. David, *Manajemen Strategis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 17.

² J.Nijman, *Strategi Pemasaran Modern* (Jakarta: Erlangga, 2013), 5.

Strategi bukan hanya sekedar rencana, tetapi juga merupakan suatu upaya yang melibatkan berbagai aspek, termasuk pemikiran kritis, pengambilan keputusan yang tepat, dan penyesuaian dengan perubahan lingkungan yang dinamis. Dalam konteks perbankan, strategi juga harus memperhitungkan faktor-faktor eksternal seperti regulasi perbankan, perkembangan teknologi, dan kondisi pasar global. Hal ini membutuhkan pendekatan yang holistik dan adaptif untuk memastikan kesuksesan jangka panjang bagi bank.³

Pentingnya strategi dalam bisnis perbankan tidak hanya memberikan manfaat bagi bank itu sendiri, tetapi juga bagi pihak lain yang terkait dengan bank, seperti nasabah, pemegang saham, dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi bukan hanya tentang mencapai keunggulan kompetitif, tetapi juga tentang memberikan nilai tambah bagi seluruh ekosistem perbankan dan ekonomi secara luas. Dengan implementasi strategi yang tepat, bank dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan berkelanjutan dan kontribusi yang positif terhadap perkembangan ekonomi.⁴

2. Pengertian Inovasi

Inovasi mewakili suatu perubahan yang mendalam dan kreatif dalam berbagai aspek kehidupan, yang melibatkan integrasi pengetahuan, teknologi, dan sumber daya lainnya untuk menciptakan nilai baru. Dalam ranah perbankan, inovasi bukan sekedar sebatas pengembangan teknologi

³ Slamet Riyadi, *Strategi Manajemen Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022), 23.

⁴ David, *Manajemen Strategis*, 18.

baru, tetapi juga mencakup restrukturisasi bisnis, adaptasi rutinitas, dan penyesuaian strategis. Melalui inovasi, bank dapat mengintegrasikan seluruh proses, produk, dan strategi organisasi untuk meraih kesuksesan di pasar dengan mengidentifikasi dan merespons peluang bisnis baru dengan cepat dan efektif.⁵

Sebuah bank yang berhasil tidak hanya berperan sebagai entitas keuangan, tetapi juga sebagai inkubator ide-ide baru yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan masyarakat. Inovasi dalam konteks ini dimulai dari pemahaman mendalam terhadap kebutuhan, aspirasi, dan masalah yang dihadapi oleh konsumen, karyawan, serta lingkungan sekitarnya. Mendengarkan keluhan, merespons umpan balik, dan meresapi kebutuhan pasar menjadi langkah awal dalam proses inovasi yang berkelanjutan.

Pentingnya kolaborasi dalam menghasilkan inovasi tak terbantahkan. Baik individu maupun kelompok di dalam sebuah bank berperan penting dalam mengembangkan ide-ide baru. Dukungan yang kuat dari manajemen dan struktur organisasi yang fleksibel menjadi fondasi bagi terciptanya budaya inovasi yang dinamis. Dengan demikian, bank dapat menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, serta lebih siap menghadapi tantangan yang muncul di masa depan.⁶

Lebih dari sekadar penciptaan produk atau layanan baru, inovasi dalam perbankan juga mencakup pengembangan strategi pemasaran yang

⁵ Lena Elitan, *Manajemen Inovasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 9.

⁶ Nugroho Heri Pramono dan Asri Nur Wahyuni, "Strategi Inovasi dan Kolaborasi Bank Wakaf Mikro Syariah dan Umkm Indonesia di Era Digital," *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (2021): 194.

cerdas dan efektif. Menerapkan pendekatan yang inovatif dalam memasarkan produk dan layanan dapat membuka peluang baru dalam menjangkau pasar dan memperluas basis pelanggan. Dengan demikian, inovasi menjadi pilar utama bagi pertumbuhan dan keberlanjutan sebuah bank dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan dinamika pasar yang cepat berubah.⁷

3. Strategi Inovasi

Strategi inovasi adalah langkah-langkah yang dirancang dan diterapkan oleh organisasi untuk meningkatkan atau menciptakan produk, layanan, dan proses baru.⁸

Menurut Ismail Nawawi, strategi inovasi melibatkan penciptaan pertumbuhan baru, adopsi teknologi baru, penyediaan layanan baru, pelaksanaan yang inovatif, serta perubahan fundamental dalam model bisnis yang dapat menghasilkan nilai baru yang signifikan bagi konsumen dan pelanggan.⁹

Pada dunia perbankan, strategi inovasi produk adalah salah satu komponen kunci dalam menjaga daya saing dan memenangkan pasar. Perbankan adalah industri yang sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Tanpa strategi inovasi yang kuat, bank dapat dengan mudah tertinggal dalam menghadapi tantangan ini.¹⁰ Selain itu, inovasi produk juga mencakup penggunaan teknologi baru

⁷ Nawawi, "Strategi Inovasi Produksi dan Komptitif Bisnis dalam Perspektif Islam," 73.

⁸ Elitan, *Manajemen Inovasi*, 27.

⁹ Nawawi, "Strategi Inovasi Produksi dan Komptitif Bisnis dalam Perspektif Islam," 71.

¹⁰ Riyadi, *Strategi Manajemen Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*, 41.

seperti kecerdasan dan analitik data untuk meningkatkan pengalaman nasabah, mengidentifikasi potensi penipuan, dan memberikan rekomendasi produk yang lebih personal. Penerapan teknologi ini dapat membantu bank dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menjawab kebutuhan nasabah dengan lebih baik.

Dengan demikian, strategi inovasi produk dalam dunia perbankan adalah kunci untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital saat ini. Bank yang mampu terus menerapkan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan nasabah akan lebih mungkin berhasil dalam mempertahankan dan menarik nasabah baru, serta mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.¹¹

4. Indikator Strategi Inovasi

Strategi inovasi produk terdiri dari 3 (tiga) indikator, yang dikemukakan oleh Lena Elitan, yang mencakup:¹²

a. Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya dengan baik, termasuk ketahanan, kehandalan, dan akurasi yang dihasilkan.

b. Varian Produk

Varian produk adalah sarana untuk membedakan produk satu dari yang lain, baik itu dengan produk sejenisnya maupun dengan produk dari pesaingnya.

¹¹ Pramono dan Wahyuni, "Strategi Inovasi dan Kolaborasi Bank Wakaf Mikro Syariah dan Umkm Indonesia di Era Digital," 196.

¹² Elitan, *Manajemen Inovasi*, 24.

c. Gaya dan Desain Produk

Gaya dan desain produk merujuk pada cara produk tersebut tampil dan dirancang. Gaya mengacu pada penampilan khusus produk, sementara desain lebih menggambarkan konsep yang lebih luas yang mencakup fungsi dan estetika produk.

5. Strategi Inovasi dalam Perspektif Islam

Strategi Inovasi dalam Islam adalah suatu konsep yang muncul dalam konteks ekonomi dan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Konsep ini berfokus pada menciptakan inovasi dan perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran Islam. Strategi inovasi ini mencakup pengembangan produk, layanan, dan proses bisnis yang mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Dalam Islam, inovasi dianggap sebagai suatu yang positif jika dilakukan dengan itikad baik dan tujuan yang baik untuk masyarakat.¹³ Ada beberapa ayat Al-Qur'an yang mendukung konsep inovasi dalam Islam, salah satunya adalah dalam ayat al-Qur'an yang berbunyi:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : “Dan Dialah yang menjadikan bumi bagi kamu sebagai hampan, maka berjalanlah di merata-rata ceruk-pinggirnya, dan makanlah dari rezeki yang Dia telah sediakan. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu akan dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk : 15)¹⁴

Ayat di atas menggarisbawahi bahwa Allah menciptakan bumi ini dengan tujuan agar manusia menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka,

¹³ Ikhsan Bayanuloh, *Marketing Syariah: Sebuah Disiplin Bisnis Strategis yang Sesuai dengan Akad dan Prinsip Muamalah dalam Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 42.

¹⁴ Agus Hidayatulloh, penerj., *Al-Qur'an Tajwid Kode Transliterasi Per Kata Terjemah Per Kata* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), 579.

yang termasuk dalam konteks strategi inovasi untuk menciptakan manfaat bagi manusia.

Pada perspektif hadis, terdapat banyak riwayat yang menunjukkan dorongan kepada inovasi yang positif. Salah satu hadis yang terkenal adalah yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah, yang mengatakan bahwa Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ

Artinya : “Allah suka jika salah seorang dari kamu mengerjakan pekerjaannya dengan sebaik-baiknya.”

Hadis di atas memperlihatkan bahwa melakukan sebuah pekerjaan dengan baik, termasuk melalui metode inovasi, adalah tindakan yang dianjurkan dalam Islam. Inovasi, dalam konteks ajaran agama Islam, dianggap sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memberikan manfaat yang melibatkan banyak orang.¹⁵

Dalam mengimplementasikan strategi inovasi menurut ajaran Islam, prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan keseimbangan ditekankan dengan kuat. Inovasi diharapkan tidak hanya berfokus pada keuntungan pribadi semata, melainkan juga mencakup aspek etika dan moral yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Pemahaman ini menegaskan bahwa inovasi yang dilakukan harus memberikan manfaat sosial yang luas.

Jadi, dalam perspektif Islam, strategi inovasi bukan hanya sekadar alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang sesuai dengan ajaran agama, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai moral, etika, dan sosial yang mendasari

¹⁵ Nawawi, “Strategi Inovasi Produksi dan Kompetitif Bisnis dalam Perspektif Islam,” 75.

ajaran Islam. Dengan demikian, inovasi diharapkan dapat menjadi pendorong kemajuan dalam ekonomi, bisnis, dan kehidupan masyarakat secara menyeluruh, sejalan dengan ajaran agama Islam yang mulia.¹⁶

B. Kontruksi Ekonomi 5.0

1. Pengertian Kontruksi Ekonomi 5.0

Konstruksi Ekonomi 5.0, sering disebut juga dengan istilah "*Society 5.0*," adalah sebuah konsep dan paradigma ekonomi yang menggambarkan perubahan signifikan dalam cara kita berbisnis, berinteraksi, dan bertransaksi dalam masyarakat modern. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh pemerintah Jepang sebagai bagian dari Rencana Dasar Sains dan Teknologi pada tahun 2016, dan telah diadopsi secara luas dalam wacana ekonomi global.¹⁷

Menurut Jakaria dkk, konsep Konstruksi Ekonomi 5.0, yang juga dikenal sebagai *Society 5.0* dapat diartikan sebagai suatu paradigma ekonomi yang mengintegrasikan kemajuan teknologi, transformasi digital, dan otomatisasi untuk mencapai keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan penyelesaian masalah sosial, dengan fokus pada pemberdayaan manusia dan penggunaan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan fisik.¹⁸

Adapun Pemerintah Jepang menggambarkan *Society 5.0* sebagai suatu masyarakat yang berfokus pada kebutuhan manusia, di mana kemajuan

¹⁶ Bayanuloh, *Marketing Syariah: Sebuah Disiplin Bisnis Strategis yang Sesuai dengan Akad dan Prinsip Muamalah dalam Islam*, 38.

¹⁷ Kurniawan dan Andiyan, "Disrupsi Teknologi Pada Konsep Smart City: Analisa Smart Society Dengan Konstruksi Konsep Society 5.0," 341.

¹⁸ Jakaria, Mundzir, dan Riorini, *Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19*, 16.

ekonomi sejalan dengan penyelesaian masalah sosial. Ini dicapai melalui penggunaan sistem yang mengintegrasikan dunia maya dan fisik. Konsep *Society 5.0* telah diajukan sebagai bagian dari Rencana Dasar Sains dan Teknologi kelima oleh Dewan Sains, Teknologi, dan Inovasi Jepang, dan mendapatkan persetujuan Kabinet pada Januari 2016.¹⁹

Pada Konstruksi Ekonomi 5.0, peran teknologi digital, terutama teknologi informasi dan komunikasi (TIK), memainkan peran sentral dalam membentuk ekonomi dan cara kita menjalani kehidupan sehari-hari. Ini menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih terhubung, terintegrasi, dan berdampak digital. Konsep ini muncul sebagai kelanjutan dari revolusi industri sebelumnya, seperti Industri 4.0, yang berfokus pada otomatisasi dan efisiensi produksi.

Namun, yang membedakan Konstruksi Ekonomi 5.0 adalah penekanan kuat pada peran manusia dalam proses ini. Bukan hanya tentang efisiensi dan pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga tentang meningkatkan kualitas hidup manusia dan menyelesaikan masalah sosial. Pada hal ini, teknologi digital diarahkan untuk membantu manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, kesehatan, mobilitas, lingkungan, dan sektor lainnya.²⁰

Integrasi antara dunia fisik (seperti infrastruktur dan lingkungan nyata) dan dunia digital (seperti internet, kecerdasan buatan, dan *Internet of Things*) menjadi kunci dalam Konstruksi Ekonomi 5.0. Tujuannya adalah

¹⁹ Fukuyama, "Society 5.0: Aiming for a New Human-centered Society," 18.

²⁰ Eko Sudarmanto dkk., *Model Pembelajaran Era Society 5.0* (Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati, 2021), 43.

menciptakan ekonomi yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraannya masyarakat secara luas.

Salah satu contoh perkembangan dalam Konstruksi Ekonomi 5.0 adalah peningkatan yang signifikan dalam penggunaan teknologi telekomunikasi dan transaksi digital, yang terutama dipercepat oleh peristiwa seperti pandemi COVID-19. Ini menciptakan dampak besar pada ekonomi digital dan mengubah cara kita bekerja, berbelanja, dan berkomunikasi, Konstruksi Ekonomi 5.0 menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan penyelesaian masalah sosial, dan menggambarkan pergeseran signifikan dalam cara kita memahami dan berpartisipasi dalam ekonomi global yang semakin terkoneksi dan berdampak digital.²¹

2. Arah dan Tujuan Kontruksi Ekonomi 5.0

Arah dan tujuan Konstruksi Ekonomi 5.0 adalah:²²

a. Arah Konstruksi Ekonomi 5.0

1) Pemberdayaan Manusia

Konsep utama Konstruksi Ekonomi 5.0 adalah pemberdayaan manusia. Ini menggambarkan peralihan dari pendekatan yang berfokus pada teknologi menjadi pendekatan yang lebih berpusat pada manusia. Teknologi diarahkan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dan memecahkan masalah sosial.

²¹ Abdul Majir dan Ismail Nasar, "Pengaruh E-Commerce Era Industri 4.0 Dan Kesiapan Menyambut Revolusi Society 5.0," *Sebatik* 25 (2021): 54.

²² Haqqi dan Wijayati, *Revolusi Industri 4.0 Di Tengah Society 5.0: Sebuah Integrasi Ruang, Terobosan Teknologi, Dan Transformasi Kehidupan Di Era Disruptif*, 21–22.

2) Integrasi Dunia Fisik dan Digital

Konstruksi Ekonomi 5.0 mengedepankan berbagai bentuk integrasi yang lebih erat antara dunia fisik dan digital. Hal ini menciptakan lingkungan yang terhubung, di mana teknologi seperti *Internet of Things*, kecerdasan buatan, dan teknologi digital lainnya berperan dalam memahami, memprognostik, dan merespons dunia nyata.

3) Pertumbuhan Berkelanjutan

Konsep ini memandang sebagai bentuk pertumbuhan ekonomi sebagai sarana untuk bisa meningkatkan kualitas hidup dan menyelesaikan masalah sosial. Tujuan bukan hanya pertumbuhan ekonomi yang kuat, tetapi pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif.

b. Tujuan Konstruksi Ekonomi 5.0

Konstruksi Ekonomi 5.0 bertujuan untuk mengubah cara kita menjalani kehidupan dan menjalankan bisnis dengan lebih berfokus pada kesejahteraan manusia dan solusi untuk masalah sosial. Ini adalah peralihan menuju ekonomi yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada teknologi.

1. Indikator Kontruksi Ekonomi 5.0

Indikator Konstruksi Ekonomi 5.0 adalah berbagai parameter penting untuk menilai sejauh mana suatu entitas, seperti perusahaan atau pemerintah, telah berhasil dan sukses mengadopsi dan beradaptasi dengan

berbagai bentuk paradigma ekonomi baru ini. Indikator Konstruksi Ekonomi 5.0 sebagai berikut:²³

a. Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat

Memberikan dampak positif pada kehidupan masyarakat. Ini mencakup perbaikan dalam berbagai aspek, termasuk pendidikan, kesehatan, pekerjaan, akses ke layanan dasar, dan keadilan sosial. Peningkatan kualitas hidup masyarakat mengukur sejauh mana perkembangan ekonomi dan teknologi kontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

b. Adopsi Teknologi

Adopsi teknologi mencakup penggunaan teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT), dan teknologi terkini lainnya dalam berbagai sektor ekonomi. Kemampuan untuk mengadopsi teknologi terbaru dan memanfaatkannya dengan efektif adalah kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif.

c. Inklusi Digital

Menekankan pentingnya semua lapisan masyarakat memiliki akses ke teknologi dan layanan digital. Ini mencakup memastikan bahwa tidak ada yang tertinggal dalam era digitalisasi. Inklusi digital juga melibatkan penyediaan layanan perbankan digital, akses internet yang terjangkau, dan pendidikan digital untuk semua. Inklusi digital penting untuk memerangi kesenjangan sosial dan ekonomi.

²³ Kurniawan dan Andiyan, "Disrupsi Teknologi Pada Konsep Smart City: Analisa Smart Society Dengan Konstruksi Konsep Society 5.0," 295.

d. Inovasi

Pada era Konstruksi Ekonomi 5.0 mendorong berbagai pihak untuk menginovasi dalam produk, layanan, dan proses bisnis. Inovasi mencakup pengembangan produk baru, penerapan model bisnis yang baru, dan kreativitas dalam menjawab kebutuhan konsumen yang berubah. Inovasi berperan sangatlah penting dalam menjaga daya saing dalam ekonomi yang terus berkembang dan berubah.

e. Ketahanan Terhadap Perubahan

Era Konstruksi Ekonomi 5.0 ditandai oleh perubahan yang cepat dan tidak terduga. Maka, ketahanan pada perubahan menjadi indikator penting. Ketahanan ini mencakup kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal, seperti perkembangan teknologi, regulasi baru, atau perubahan tren pasar. Selain itu, ini juga melibatkan keamanan terhadap ancaman siber dan perubahan lingkungan.