

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Pengertian Bank Syariah merupakan istilah yang dipakai di Indonesia untuk menyatakan suatu jenis bank yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada prinsip syariah. Menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Perbankan Syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Karim, 2020: 24).

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Soemitra, 2018: 58). Bank Syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dalam setiap aktivitas usahanya, Bank Syariah selalu menggunakan hukum-hukum Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Berbeda dengan bank konvensional yang mengandalkan sistem bunga, Bank Syariah lebih mengutamakan sistem bagi hasil, sistem sewa, dan sistem jual beli yang tidak menggunakan sistem riba sama sekali.

Menurut Setia Budhi (2004) para ahli memiliki pengertian yang berbeda-beda mengenai Bank Syariah, diantaranya yaitu:

1) Siamat Dahlan

Menurut Siamat Dahlan, Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan usaha perbankan dengan berdasar ataupun memperhatikan prinsip – prinsip syariah yang tertuang di dalam Al-Qur'an dan Hadist.

2) Schaik

Menurut Scahik, pengertian Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang berlandaskan hukum-hukum agama Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan jalan menggunakan konsep bagi hasil dan bagi resiko sebagai

sistem utama dan menghapuskan sistem keuangan yang dilandasi dengan anggapan kepastian keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

3) Sudarsono

Menurut Sudarsono, Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi dengan berdasarkan prinsip-prinsip agama Islam atau pun prinsip syariah.

4) Perwataatmadja

Menurut Perwataatmadja, pengertian Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun Islami yang tata cara pelaksanaannya didasarkan pada ketentuan Al – Qur'an dan Hadist.

5) Undang – Undang No. 21 Tahun 2008

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan Bank Syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), dan UUS (unit Usaha Syariah).

Sedangkan menurut Edy Wibowo (2005: 21) Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits. Edy Wibowo menambahkan, bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

Sutan Remy Shahdeiny (2007: 54) mengemukakan bahwa, Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa, Bank Syariah adalah bank yang operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat berupa pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang berdasarkan ketentuan-ketentuan syariat Islam.

B. Tinjauan Tentang Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti jenderal dan secara harfiah berarti seni para jenderal. Didukung oleh pernyataan John Baylis, yaitu “*strategy is ultimately about how to win wars*”. Artinya strategi pada akhirnya tentang bagaimana untuk memenangkan perang, dimana perang dapat diartikan juga permasalahan yang dihadapi (Robert N dan Govindarajan, 2007: 577).

Searah dengan perkembangannya, pengertian strategi dalam lingkungan ilmu lebih mengarah kepada dunia manajemen bisnis, diantaranya adalah pengertian strategi menurut Lawrence R, Jauch dan William F. Glueck yang dialihbahasakan oleh Drs. Murad Msc. AR Henry Sitanggang SH yaitu strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan (Harahap, 2016: 148).

Strategi adalah penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Dua defenisi diatas menunjukkan bahwa strategi merupakan suatu kesatuan rencana perusahaan yang menyeluruh dan terpadu yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan diharapkan pada tantangan lingkungan serta pengalokasian sumber daya perusahaan.

Strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat serta tepat menuju tercapainya tujuan yang telah ditetapkan (Anggraini & Harahap, 2021).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya atau strategi merupakan alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.

Strategi adalah respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan internal yang bisa mempengaruhi organisasi. Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya supaya tujuan tersebut dapat dicapai. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dengan kata apa yang dapat terjadi bukan dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen perlu kompetensi inti.

2. Karakteristik Strategi

Menurut Taufiq Amir (2011: 10) sebuah keputusan disebut keputusan strategi apabila memenuhi tiga karakteristik diantaranya:

- a. Jarang dibuat (*extraordinary*).

Sebuah keputusan strategis selalu memiliki implikasi luas dalam organisasi. Oleh karena itu tidak bisa diambil secara sembarangan dengan cukup sering terutama jika dimensi waktunya akan memakan waktu panjang.

- b. Signifikan, penting.

Derajat keputusan strategis selalu penting dan melibatkan sumber daya dan komitmen yang besar

- c. Berdampak luas.

Keputusan strategi berdampak luas dan menjadi dasar bagi keputusan-keputusan selanjutnya bagi seluruh organisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa sebuah strategi harus memuat tiga karakteristik tersebut untuk membedakan sebuah langkah yang diambil merupakan sebuah strategi atau bukan strategi.

3. Bentuk-bentuk Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga bentuk strategi (Rangkuti, 1997: 12), yaitu:

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Selain itu, Salusu (2006: 105) dalam bukunya menambahkan bahwa Kotten membagi bentuk-bentuk strategi menjadi empat bagian, yaitu:

a. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)

Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif strategi.

b. *Program Strategy* (Strategi Program)

Strategi ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi dari program tertentu.

c. *Recourse Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya)

Strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya.

d. *Institutional strategy* (Strategi Kelembagaan)

Fokus dari strategi institusional ini ialah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

Keempat tipe-tipe strategi diatas dapat dipergunakan sesuai dengan keadaan dan situasi tertentu. Kotten menyebutkan salah satu tipe strategi yaitu tipe strategi pendukung sumber daya yang mencakup salah satunya tenaga Sumber Daya Manusia. Sumber Daya Manusia ini harus diperhatikan dan ditingkatkan guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi atau perusahaan.

C. Konstruksi Ekonomi 5.0

1. Pengertian Konstruksi Ekonomi 5.0

Konstruksi Ekonomi 5.0 atau yang sering disebut dengan *Society 5.0* dalam pemerintahan Jepang mengartikan bahwa *Society 5.0* adalah suatu masyarakat yang terpusat pada manusia yang dalam menjalankan semua kegiatannya menggunakan sistem yang sudah memadukan antara dunia internet dengan fisik. *Society 5.0* adalah sebuah tatanan yang mengartikan bahwa teknologi dan manusia akan hidup beriringan dalam hal memajukan kualitas taraf hidup manusia secara berkelanjutan.

Dinyatakan bahwasanya *Society 5.0* disodorkan oleh pemerintahan Jepang adalah konsepsi yang nyata. Hal tersebut dirancang berdasarkan Rencana Dasar Sains dan Teknologi kelima oleh Dewan Sains, Teknologi dan Inovasi, yang telah diakui oleh Keputusan Kabinet pada tahun 2016.

Lalu dipaparkan tentang tahapan penduduk berasas sejarah manusia. *Society 1.0* merupakan sekumpulan manusia yang berkelompok dan berburu untuk hidup, lalu beriringan serasi dengan alam, diawali mulanya tercipta manusia dalam bumi. *Society 2.0* sudah mulai berkelompok dengan asas budidaya pertanian, meningkatkan organisasi dan integritas bangsa. *Society 3.0* memperkenalkan usaha menggalakkan industri dalam suatu daerah menggunkan *Society 1.0*. *Society 4.0* merupakan revolusi industri yang memahami peningkatan nilai tambah memakai aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi. Sedangkan dalam *Society 5.0* manusia sudah lebih jauh mengenal dan pintar dalam menggunakan sistem informasi dari *Society 4.0* agar kehidupan manusia jauh lebih makmur.

Perubahan digital di beberapa wilayah memakai istilah atau kata yang berbeda-beda. Di Eropa sendiri memakai istilah industri 4.0, di Amerika Utara memakai istilah industrial internet dan di Jepang memakai kata *Society 5.0*. Dalam perubahan digital tersebut memakai *IoT*, *artificial intelligence*, *robotics*, *big data* dan *blockchain* (Sugiono, 2020).

Pada *society 5.0*, hasil yang telah timbul dari perubahan akan meniadakan kontradiksi lokal, umur, gender serta bahasa dan membolehkan pengadaan produk dan layanan yang diatur dengan apik untuk berbagai keperluan masing-masing dan kelompok. Dengan trik ini, dapat membuat kesadaran masyarakat untuk memajukan pembangunan ekonomi dan mendapatkan jalan keluar dari masalah sosial. Tetapi pencapaian tersebut memiliki beberapa kendala, dan Jepang bersedia menyambangi secara langsung demi menjadi negara yang pertama di dunia untuk mendatangkan masyarakat model masa depan.

2. Sejarah Konstruksi Ekonomi 5.0

Menurut sejarah revolusi industri dan tahapan kehidupan manusia di seluruh negara dapat diketahui bahwa revolusi industri berawal melalui jenjang manusia yang saling berkeselimbangan. Revolusi industri 4.0 ada lebih awal dibandingkan *Society 5.0* dimana industri 4.0 lebih fokus terhadap industri khususnya dalam bidang manufaktur misalnya tekstil, makanan, biokimia, otomotif dan beberapa lainnya. Sedangkan pada *Society 5.0* yang ada setelah industri 4.0 lebih berfokus ke visi dan manusianya. Pada dasarnya *Society 5.0* meneruskan teknologi dari industri 4.0 yang masih berlayar sampai saat ini.

Sebenarnya konsep revolusi industri 4.0 tidak mempunyai disparitas yang jauh menggunakan *society 5.0*, namun konsep *Society* lebih focus dalam konteks terhadap manusia. Apabila revolusi industri 4.0 memakai AI, dan kecerdasan protesisi menjadi komponen utamanya sedangkan *Society 5.0* memakai teknologi terkini hanya saja mengandalkan manusia menjadi komponen utamanya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Mujadalah ayat 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan."

Ayat tersebut menjelaskan betapa pentingnya menuntut ilmu, dimana ilmu dalam pandangan Islam adalah suatu kebutuhan yang harus dicapai oleh setiap individu muslim. Karena dari ilmu manusia mampu membedakan yang benar dengan yang tidak. Kedudukan ilmu itu sangat penting dan hukumnya wajib. Manusia wajib menuntut ilmu terutama dalam hal pemanfaatan teknologi. Dimana dengan mengetahui manfaat dari teknologi manusia mampu menggunakannya sesuai porsi dan fungsinya khususnya dalam hal mempermudah hidup.

Kemajuan *information and communications technology (ICT)* sangat berdampak untuk manusia dan industri. Perubahan teknologi menerbitkan inovasi baru dan menjadi alat untuk membantu kebijakan industri di berbagai negara belahan dunia. Dalam hal mengantisipasi perkembangan global tersebut, *Society 5.0* dijadikan komponen utama atau pokok dari Rencana Dasar ke-5 Saintek, yang diangkat oleh Kabinet Jepang pada januari 2016. Masa *Society 5.0* dijadikan mengambil peran sebagai salah satu strategi kemajuan Jepang.

Manusia pada masa ini ada di peradaban modern, dimana globalisasi dan pesat evolusi teknologi digital seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)* dan *Robotika* telah meyangang signifikan perubahan pada masyarakat. Lingkungan dan nilai-nilai masyarakat menjadi semakin bermacam ragam dan kompleks.

Selaras dengan apa yang telah direncanakan pemerintah, beberapa kegiatan telah mulai dilakukan di kalangan masyarakat Jepang. Walaupun pertumbuhan teknologi lahir dari Jepang, tujuannya bukan hanya untuk kepentingan satu negara. Cara kerja dan teknologi yang dikolaborasikan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah atau tantangan masyarakat di seluruh negara.

Dilirik dari sejarah manusia, dapat kita tarik kesimpulan mengenai tahapan manusia. Yaitu *Society 1.0* diartikan sebagai sekumpulan manusia yang berburu dan hidup bergandengan dengan alam secara serasi. *Society 2.0* sekumpulan manusia yang mengacu pada golongan berlandas budidaya pertanian, peningkatan organisasi dan pembangunan negara.

Society 3.0 merupakan sekumpulan manusia yang memacu industrialisasi berdasarkan revolusi industri, memungkinkan produksi massal. Dan *Society 4.0* merupakan manusia informasional yang menghasilkan peningkatan nilai tambah dengan menghubungkan aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi.

Sedangkan *Society 5.0* merupakan manusia informasional yang didirikan di atas *Society 4.0*, yang bermaksud untuk menciptakan keseragaman kesejahteraan manusia di seluruh dunia. Walaupun *Society 5.0* merupakan strategi perkembangan Jepang, tetapi perihal tersebut tidak terbatas pada Jepang dikarenakan tujuannya persis dengan *Sustainable Development Goals (SDG)*. Ancaman yang dihadapi Jepang, seperti populasi yang semakin menua, penurunan angka kelahiran, penurunan populasi dan infrastruktur yang menua, yang akan menjadi ancaman yang dihadapi bagi setiap negara.

Berbicara mengenai *Society 5.0* Jepang merupakan salah satu negara pertama yang menghadapi tantangan ini. Dengan resolusi awal tantangan tersebut melalui *Society 5.0*, dan dengan berbagi solusi tersebut dengan dunia, Jepang dapat berkontribusi untuk menyelesaikan tantangan serupa di seluruh dunia dan pencapaian SDG.

Sering dikatakan bahwa transformasi digital memiliki dampak drastis pada industri konvensional, dan juga meningkatkan kompleksitas sosial, dan beberapa aspek negatif dari masyarakat digital, seperti risiko keamanan dan masalah privasi, kini menjadi jelas.

Pada saat yang sama, tren untuk menciptakan nilai baru melalui teknologi digital dan berkontribusi pada masyarakat masa depan kini dapat dilihat di seluruh dunia. Evolusi transformasi digital bukan salah satu strategi yang bisa dihindari.

Oleh karena itu, aspek negatif ini harus dibagikan dan diakui, dan kami mencoba untuk mempercepat partisipasi berbagai pemangku kepentingan dan berbagi praktik terbaik. Masyarakat di masa depan mampu menyikapi dan memberikan pendekatan untuk mengurangi aspek negatif tersebut.

Namun, hal ini akan membutuhkan dalam kata-kata kertas posisi, meruntuhkan lima dinding kementerian dan lembaga, sistem hukum, teknologi, Sumber Daya Manusia, dan penerimaan sosial Menuju Realisasi Ekonomi dan Masyarakat Baru. Ini akan menjadi tantangan global kita, di mana tidak hanya pemerintah tetapi juga industri dan akademisi diharapkan memainkan peran utama, yang melibatkan penciptaan inovasi dan ekosistem.

Society 5.0 merupakan visi pemerintahan Jepang dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya di masa yang akan datang. Kesejahteraan tersebut diraih dengan memanfaatkan teknologi sehingga bisa menyeimbangkan antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial yang berpusat pada manusia dan mempermudah semua lini kehidupan masyarakat. *E-commerce* sendiri sudah ada sebelum *society 5.0* yang bertujuan juga untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi bisnis. Jadi bisa dikatakan bahwa *e-commerce* dan *society 5.0* memiliki tujuan dan hubungan yang sama. Tapi hal tersebut harus dibahas berdasarkan kerangka, dimensi dan teknologinya.

Dalam *society 5.0* digambarkan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan manusia sangat bergantung kepada teknologi. Teknologi sudah menjadi kebutuhan dasar dalam sendi-sendi kehidupan manusia, semua terintegrasi dengan smartphone. Dalam transaksi bisnis masyarakat juga sudah tergantung dengan teknologi sehingga tidak mau lagi melakukan transaksi bisnis secara tradisional. Dengan hal demikian maka *e-commerce* akan menjadi primadona dalam transaksi bisnis, sehingga prospeknya semakin cerah. Ini juga merupakan salah satu pendongkrak munculnya perusahaan-perusahaan *start-up* baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas.

Dalam kerangka *e-commerce* terdapat orang (*people*) yang merupakan bagian dari masyarakat dalam *society 5.0*. Kebijakan dan peraturan dalam *e-commerce* ini akan disesuaikan pada era *society 5.0* sesuai dengan pemanfaatan dan kemajuan teknologi. Kemudian pemasaran dan periklanan pada *e-commerce* di era *society 5.0* akan semakin mudah karena masyarakat sudah terhubung ke internet dan menjadi gaya hidup mereka. Selanjutnya adalah layanan pendukung seperti logistik, pembayaran dan keamanan sistem dan jaringan, di era *society 5.0* tentunya layanan pendukung akan diperkuat dengan memanfaatkan teknologi *IoT*, *AI*, *cloud*, *robot*, *drone* dan sensor sehingga mempermudah layanan pendukung *e-commerce* termasuk dari segi keamanannya. Dari segi kemitraan bisnis *e-commerce*, pada era *society 5.0* akan dipermudah untuk menjalin hubungan kemitraan dengan menggunakan teknologi *IoT* dan *mixed reality*.

Dimensi dari teknologi *e-commerce* terdapat *ubiquity*, *global reach* dan universal standards, di era *society 5.0* ini sudah menjadi hal yang biasa karena internet sudah menjadi gaya hidup masyarakat yang dapat menjangkau akses lintas batas negara, *e-commerce* sangat didukung dari dimensi ini sehingga memudahkan masyarakat. Kemudian, di era *society 5.0* kekayaan konten akan semakin maju karena masyarakat sudah semakin kreatif dan inovatif dalam membuat konten, sehingga *e-commerce* semakin kaya pertumbuhan kontennya. Selanjutnya *interactivity*, pada era *society 5.0* masyarakat akan dipermudah dalam berinteraksi menggunakan teknologi *virtual reality*, *augmented reality* dan *mixed reality*, sehingga ini akan berdampak baik untuk perkembangan *e-commerce*. Kemudian *information density* dan *personalization/customization*, di era *society 5.0* kualitas informasi akan semakin baik karena menggunakan teknologi big data, cloud dan AI, sehingga sangat bermanfaat bagi kemajuan dan keberlangsungan *e-commerce*. Terakhir social technology, dalam *society 5.0* interaksi antar masyarakat melalui teknologi semakin tinggi, hal ini akan mempercepat pertumbuhan *e-commerce*.

Dari pembahasan kerangka, dimensi dan teknologi antara *e-commerce* dan *society 5.0* dapat dibuktikan bahwa *e-commerce* memiliki tujuan dan hubungan yang selaras dengan *society 5.0*, yaitu mempunyai tujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat dan dari segi teknologi *e-commerce* menyesuaikan perkembangan teknologinya dengan *society 5.0*.

3. Arah dan Tujuan Konstruksi Ekonomi 5.0

Arah dari Konstruksi Ekonomi 5.0 yaitu untuk menciptakan harapan masyarakat dimana manusia dapat menjalani hidup dengan maksimal dari sebelumnya. Kemajuan pembangunan ekonomi dan teknologi merupakan arah utama, bukan untuk kepentingan individu melainkan untuk kemakmuran masyarakat.

Pada program *Society 5.0* bertujuan untuk proses perubahan yang dirancang dalam memperbaiki kehidupan masyarakat yang berkelanjutan. Fukuyama menyebutkan bahwa tujuan dari *Society 5.0* yaitu mewujudkan impian masyarakat untuk menikmati hidup seutuhnya. Pembangunan ekonomi dan peningkatan teknologi hadir untuk mewujudkan tujuan tersebut bukan untuk keuntungan sepihak. Walaupun *Society 5.0* berawal dari Nippon atau Negeri Matahari Terbit (Jepang), tujuannya bukan hanya untuk kepentingan satu negara. Cara kerja dan teknologi yang dikolaborasikan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah atau tantangan masyarakat di seluruh negara (Hendarsyah, 2019).

D. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau di dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Harahap, 2016).

Analisis SWOT adalah indifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Merupakan salah satu instrument analisi yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa “SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strenghths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (P.siangian, 2000: 172).

Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi

yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Dari beberapa pengertian diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu *strength, opportunities, weaknesses, threats*.

Atau defenisi analisis SWOT yang lainnya adalah suatu bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deksriptif (memberi suatu gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. SWOT adalah singkatan dari:

S = *Strength* (Kekuatan)

O = *Opportunities* (Peluang)

W = *Weaknesses* (Kelemahan)

T = *Threats* (Hambatan)

Penjelasan mengenai 4 komponen analisis SWOT tersebut yaitu:

Strength (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan di dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan dibandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju.

Weaknesses (W) yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis

kelemahan di dalam suatu perusahaan atau organisasi yang menjadi kendala serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi.

Opportunity (O) yaitu analisis peluang, situasi dan kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi bagi masa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan atau organisasi bisa berkembang di masa yang akan datang.

Threats (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera di atasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

1) Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*strength*) adalah sumberdaya keterampilan atau keunggulan keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan factor-faktor lain. Faktor-faktor kekuatan yang dimaksud dengan faktor-faktor yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan. Faktor-faktor kelemahan, jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu perusahaan, yang

dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang (*opportunity*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan atau organisasi. Faktor peluang adalah berbagaisituasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

- a. Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk.
- b. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian.
- c. Perubahan dalam kondisi persaingan.
- d. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan berusaha.
- e. Hubungan dengan para pembeli yang akrab.

4) Ancaman (*Threath*)

Ancaman (*Threath*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang yang diinginkan organisasi. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang, dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor

lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis, jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun masa depan. Ringkasnya, peluang dalam lingkungan eksternal mencerminkan kemungkinan dimana ancaman adalah kendala potensial (Rangkuti, 1997).

2. Analisis SWOT dalam Perspektif Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan, dalam salah satu ayat Al-quran, Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِإِعْطَاءِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”*.

Bila kita perhatikan, ini adalah pertanyaan dari Allah yang mengharuskan kita berfikir dan bermuhasabah terhadap apa yang sudah atau akan kita lakukan dalam hidup. Sehingga kita bisa memakai sebuah cabang ilmu manajemen dengan menggunakan strategi manajemen.

Bila kita menguraikan SWOT satu persatu, maka pertama kali yang akan dibicarakan tentang kekuatan kita sebagai umat Islam adalah keimanan. Ini adalah modal yang sangat besar dan tidak semua orang mendapatkan hidayah ini. Kemudian kekuatan lain ialah kesehatan, kemampuan berpikir, kesempatan melakukan hal-hal yang potensial dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin belum memiliki cukup ilmu, sebab dalam Islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sementara tantangan dalam kehidupan antara lain masalah pola kehidupan yang sudah sangat dipenuhi dengan pola pikir materialistik yang sangat mengagungkan kesenangan dunia.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keempat Komponen pada Analisis SWOT

a. Faktor Internal (*Strength dan Weakness*)

Faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam terdiri dari dua poin yaitu kekuatan dan kelemahan. Keduanya akan berdampak lebih baik dalam sebuah penelitian

ketika kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Dengan demikian kekuatan internal yang maksimum jelas akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Adapun bagian-bagian dari faktor internal itu sendiri ialah:

- a) Sumber daya yang dimiliki
 - b) Keuangan atau finansial
 - c) Kelebihan atau kelemahan internal organisasi
 - d) Pengalaman-pengalaman organisasi sebelumnya (baik yang berhasil maupun yang gagal).
- b. Faktor Eksternal (*Opportunities dan Threats*)

Ini merupakan faktor dari luar entitas, di mana faktor ini tidak secara langsung terlibat pada apa yang sedang diteliti dan terdiri dari dua poin yaitu ancaman dan peluang. Adanya peluang serta ancaman ini tentu saja akan memberikan data yang harus dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga menghasilkan strategi untuk menghadapinya. Beberapa poin yang termasuk pada faktor eksternal ialah:

- a) Tren
- b) Budaya, sosial politik, ideologi, perekonomian
- c) Sumber-sumber permodalan
- d) Peraturan pemerintah
- e) Perkembangan teknologi
- f) Peristiwa-peristiwa yang terjadi
- g) Lingkungan.

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya, analisa SWOT ini hanya dapat membantu menganalisa situasi yang sedang dihadapi oleh perusahaan atau sebuah organisasi. Dan metode ini bukan sebuah jawaban pasti yang mampu memberikan solusi pada tiap masalah yang sedang dihadapi, namun minimal akan memecah persoalan yang ada dengan mengurainya menjadi bagian-bagian kecil yang akan lebih tampak sederhana.

Faktor lingkungan merupakan faktor utama terhadap perusahaan strategi. Adapun pengertian analisa lingkungan merupakan suatu proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan.

Perusahaan yang secara sistematis menganalisis lingkungan akan lebih efektif dari pada perusahaan yang tidak melaksanakan sama sekali. Dengan melakukan analisa lingkungan perencanaan strategi memiliki kesempatan untuk mengantisipasi peluang dan membuat rencana untuk melakukan tanggapan pilihan terhadap peluang yang ada, tanpa menganalisis sektor lingkungan secara sistematis, tekanan waktu dari tugas manajer akan menimbulkan tanggapan yang kurang memadai terhadap perubahan lingkungan.

4. Manfaat analisis SWOT

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang bermanfaat untuk melihat suatu topik ataupun suatu permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Hasil dari analisa biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk mrnambah keuntungan dari segi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis ini akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini. Dari pembahasan tersebut, analisis SWOT merupakan instrumen yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi. Analisis ini berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi.

Perlu dipahami, ini analisis SWOT adalah menilai dalam/internal perusahaan dengan melihat kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weaknesses*), kemudian menilai luar/eksternal perusahaan dengan melihat peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*).


E. Penelitian Terdahulu

Judul skripsi yang akan saya teliti sebelumnya sudah ada peneliti yang membahas penelitian yang hampir serupa, namun di dalam penelitian tersebut tidak membahas semua yang ada dalam skripsi saya ini, karena terdapat perbedaan kajian. Beberapa judul sebelumnya seperti di bawah.


Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Tahun	Judul tesis/skripsi/jurnal	Kesimpulan penelitian
----	---------------	-------	----------------------------	-----------------------

1	Salimah Limbong	2019	<p>Analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing pada PT. Bank Sumut Syariah.</p> 	<p>Strategi yang dapat digunakan salah satunya untuk menentukan strategi bersaing pada PT. Bank Sumut Syariah yaitu stable growth strategy, artinya dalam persaingan di perbankan syariah PT. Bank Sumut Syariah menggunakan strategi pertumbuhan peran namun dilakukan secara bertahap sesuai dengan skala prioritas.</p>
2	Annisa Indah Mutiasari	2020	<p>Perkembangan Industri Perbankan di Era Digital.</p>	<p>Pada industri perbankan, tantangan di dunia digital ini semakin berkembang dan tidak terbendung kemajuan yang akan terjadi pada tahun-tahun mendatang. Hal ini karena bank tidak hanya bersaing dengan bank lainnya, namun di era digital ekonomi ini bank juga harus bersaing dengan perusahaan teknologi keuangan lainnya yang menawarkan keamanan dan kenyamanan bagi para penggunanya. Masyarakat perlu diedukasi tentang layanan perbankan digital. Sebagai masyarakat yang paham akan teknologi tidak perlu menghindar dari kemajuan teknologi, tetapi pastikan bahwa</p>

				kita juga tidak menjadi korban kemajuan teknologi.
3	Decky Hendarsyah	2019	E-commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0.	Era industri 4.0 dan society 5.0 merupakan era transformasi teknologi analog menjadi digital. Teknologi yang ada pada society 5.0 merupakan kelanjutan dari teknologi industri 4.0. Transformasi digital telah mengubah cara hidup masyarakat dan industri, sehingga membawa pengaruh yang besar terhadap kemajuan <i>e-commerce</i> . Keselarasan teknologi terjadi antara <i>e-commerce</i> dengan teknologi era industri 4.0 dan <i>society 5.0</i> , dimana teknologi <i>e-commerce</i> mengikuti dan menyesuaikan teknologinya dengan masing-masing era tersebut. Era industri 4.0 dan <i>society 5.0</i> banyak memberikan dampak positif secara umum terhadap <i>e-commerce</i> , sehingga prospek pertumbuhan <i>e-commerce</i> akan semakin baik dimasa mendatang.
4	Mashuri	2020	Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan	Strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha

			<p>Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru).</p> 	<p>Syariah Pekanbaru menggunakan strategi pertumbuhan (<i>Growth Strategy</i>) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses kepasar yang lebih luas.</p>
5	Shiddiq Sugiono	2020	<p>Industri Konten Digital dalam Perspektif <i>Society 5.0</i>.</p>	<p>Kajian ini menjabarkan industri konten digital melalui dua aspek besar dalam konsep Society 5.0, yaitu aspek pengembangan ekonomi dan aspek keberlanjutan. Co-creation menjadi konsep sentral dalam keberlanjutan industri konten digital, khususnya jika ditinjau dari keberlanjutan ekonomi dan sosial. Melalui <i>co-creation</i>, konsumen akan mendapatkan konten yang sesuai dengan kebutuhannya dan dinilai mampu untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya.</p>

F. Kerangka Teori

Konstruksi Ekonomi 5.0 atau yang sering disebut *Society 5.0* merupakan suatu masyarakat yang terpusat pada manusia yang dalam menjalankan semua kegiatannya menggunakan sistem yang sudah memadukan antara dunia internet dengan fisik. Hal ini tentu berpengaruh pada lingkungan kerja termasuk dalam dunia perbankan. Dimana manajemen waktu dianggap sesuatu yang sangat vital dan sangat dibutuhkan oleh pelaku industri.

Maka dari itu, untuk PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan P. Bulan harus memiliki strategi dalam menghadapi kondisi tersebut agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu BSI di Indonesia. Strategi yang dilakukan adalah dengan melihat Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T) yang dimiliki sebagai usaha untuk mengatasi masalah-masalah tersebut.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat bagan kerangka teori sebagai berikut:



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Teori