

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literatur

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan peneliti dengan menelaah penelitian terdahulu atau tinjauan pustaka sebagai pendukung penelitian yang diadakan. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang digunakan :

Judul	Penulis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Perbankan Dalam Era Baru Digital : Menuju Bank 4.0	(Maulidya & Afifah, 2021)	Hasil penelitian menunjukkan perbankan mulai melakukan peningkatan pada pelayanannya agar nasabah atau konsumen akan mendapatkan layanan perbankan secara digital	Penelitian berfokus pada menyikapi bank tradisional dalam persaingan seiring pesatnya pertumbuhan <i>financial technology</i> (fintech)	Penelitian tidak menggunakan metode design thinking
Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor	(Cupian et al., 2022)	Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh social, kemudahan pada penggunaan bank digital, memiliki minat pengguna atau nasabah yang tinggi dalam pelayanan bank digital syariah	Penelitian berfokus pada mempertahankan bank tradisional	Penelitian berbeda dari segi objek dan tempat

Strategi Pelayanan pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang: Perspektif <i>Experiential Marketing</i>	(Iqbal, 2019)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep yang diterapkan oleh Bank Muamalat adalah islami	Penelitian berfokus kepada mempertahankan dan meningkatkan inovasi layanan	Penelitian tidak menggunakan metode <i>design thinking</i>
Inovasi Produk Dalam meningkatkan Minat Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Bengkulu	(Matreza Leo & Manafe, 2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi produk pada tabungan BRIsyariah lebih mudah	Penelitian berfokus kepada meningkatkan inovasi layanan	Metode pembelajaran dan Objek serta, tempat penelitiannya berbeda.
<i>Design of Hajj Masalah Prototype for BB B Sharia Partners Fintech Customer Using Design Thinking Method</i>	(Komara & Kurniawan, 2022a)	Hasil penelitian memberikan gambaran proses inovasi dengan Lembaga <i>fintech</i> , menemukan masalah bagaimana cara menyederhanakan <i>fintech</i> , tahap pengumpulan ide solusi, merancang <i>prototype</i> berupa simulator aplikasi dan melakukan pengujian	Penelitian menggunakan metode <i>design thinking</i>	Penelitian berbeda dari segi objek dan tempat

		<i>prototype</i> kepada pelanggan <i>fintech</i>		
Pengembangan Ui/Ux Mobile Pada Pembukaan Rekening Digital Saving Dengan Pendekatan <i>Design Thinking</i>	(Judul, 2022)	Penelitian ini berhasil membuat produk berupa <i>prototype</i> hasil desain aplikasi <i>Digital Saving</i> BRI versi mobile web terbaru pengujian secara keseluruhan, proses pengisian data dapat dilakukan secara benar. Mayoritas instruksi pada aplikasi sudah dapat dipahami dengan mudah oleh responden. User interface yang disediakan sudah tepat dan tidak mengganggu proses pengerjaan responden.	Penelitian ini menggunakan pendekatan metode <i>design thinking</i> untuk inovasi	Metode <i>design thinking</i> untuk pengembangan Ui/Ux pada <i>mobile banking</i> , sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah <i>design thinking</i> untuk mempertahankan loyalitas nasabah

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.2 Tinjauan Pustaka

2.1.2.1 Bank Tradisional

Bank atau *financial* intermediary merupakan sebuah lembaga keuangan (Perbankan) yang memiliki tugas yang berkaitan dengan aktivitas keuangan yang dikelola sesuai dengan SOP. Oleh karena itu, alat yang memperlancar perdagangan utama selalu dikaitkan dengan bank (Wilardjo, 2019). Dari kegiatan sistem kerja bank memperoleh keuntungan berupa pendapatan dari bunga nasabah bank. Bank dibedakan berdasarkan beberapa jenis antara lain :

1. Berdasarkan fungsinya
2. Berdasarkan kepemilikannya
3. Berdasarkan kegiatan operasionalnya
4. Berdasarkan bentuk badan usaha

Pada penelitian ini pendekatan yang dilakukan peneliti adalah bank tradisional. Bank tradisional adalah bank yang melayani dalam bentuk jasa dalam dunia perbankan dan melaksanakan kegiatan atau aktivitas kerja berdasarkan prinsip dasar dan hukum Syariah (Muhammad Farhan Syah, 2022). Adapun contoh prinsip yang digunakan pada bank Syariah antara lain : prinsip pembagian hasil sesuai dengan hukum islam, prinsip penyertaan modal secara tertulis, prinsip aktivitas jual beli produk dengan laba atau keuntungan dll. Pada era digital seperti saat ini berdampak pada proses layanan perbankan yang mempengaruhi posisi bank tradisional. Dengan adanya layanan jasa transaksi perbankan dari perusahaan non bank akan menjadi sebuah ancaman terhadap bank tradisional dan akan tergeser dengan perusahaan non bank.

Perkembangan pada teknologi yang saat ini terjadi cukup pesat adalah menjadi sebuah tantangan utama pada perbankan untuk melakukan sebuah inovasi yang memiliki tujuan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan perbankan lain. Pada

era transformasi digital bisnis perbankan harus mengikuti perkembangan transformasi digital karena pada saat ini nasabah pengguna bank akan memilih untuk menggunakan sesuatu yang mudah dan cepat seperti bank digital.

Bank digital adalah bisnis perbankan yang sudah melaksanakan digitalisasi dengan inovasi teknologi dari setiap tahap tahap pada perbankan. Bank digital merupakan bank yang menyediakan layanan perbankan melalui media elektronik secara online yang Berbadan Hukum Indonesia (BHI). Perusahaan perbankan harus menerapkan digitalisasi pada bisnisnya karena terintegrasi dapat meningkatkan layanan dan mempertahankan pelanggan bank.

Antara tahun 2025 dan 2030, ekonomi pasar akan segera ada tanpa bank, tetapi Bank masih memiliki beberapa senjata yang berguna: merek dan reputasi mereka berpotensi tetap kuat, dan penyedia perbankan alternatif masih kurang percaya (Komara & Kurniawan, 2022b) Saat ini tantangan terbesar pihak perbankan yakni memenuhi keinginan pelanggan khususnya generasi milenial yang ingin serba mudah dan instan, dimana mereka berpikir jika ATM, *Mobile Banking*, dan sebagainya merupakan hal yang sudah biasa, saat ini diperlukannya akses untuk membuka rekening, menabung, pengajuan kredit, pinjaman dan akses layanan perbankan lainnya yang belum dapat dilakukan secara online alias masih harus mendatangi bank secara langsung yang dirasa memakan waktu. Bank tradisional dengan bank digital cukuplah berbeda dilihat dari beberapa aspek antara lain :

1. Proses layanan
2. Biaya yang dikeluarkan
3. Tingkat daya minat

Dari perbedaan dan permasalahan pada bank tradisional dengan bank digital tersebut dapat dijadikan sebuah peluang bagi para pebisnis perbankan terutama bank, untuk meningkatkan minat calon nasabah atau calon konsumen untuk menjadi nasabah tetap bank karena penyebaran bank digital yang belum maksimal diketahui oleh masyarakat. Pasti memerlukan sebuah inovasi layanan yang diinginkan oleh calon nasabah dapat menjadi nasabah tetap bank atau nasabah yang loyal terhadap bank.

2.1.2.2 Strategi Inovasi

Inovasi adalah sebuah ide pemikiran yang bermanfaat, efektif dan efisien bagi masyarakat atau konsumen. Inovasi adalah aktivitas mengenai penelitian, pengembangan, atau rekayasa ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru pada produk atau tahapan proses produksi (Sutirna, 2018). Definisi inovasi sangatlah luas terutama dalam sektor bisnis, inovasi merupakan ide atau gagasan, objek atau praktik yang digambarkan sebagai sesuatu hal yang baru baik oleh individu maupun organisasi kelompok. Fokus inovasi yakni penciptaan sebuah ide baru yang dapat diimplementasikan dalam bisnis dan dapat diterima oleh pelanggan dan memiliki ciri khusus bagi seorang wirausaha. Dengan adanya peningkatan pada wirausahawan yang memiliki inovasi atau ide untuk menciptakan kualitas sumber daya baru atau inovasi pada sumber daya yang sudah ada.

Inovasi dapat dikatakan sebagai faktor penentu dalam persaingan industri dan cara bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin pesat dalam usaha bisnis saat ini. Hal inilah yang menuntut para pelaku usaha memiliki sebuah value dalam produk maupun jasa yang ditawarkan dan terus ditingkatkan agar tercipta loyalitas pelanggan yang unggul, sehingga pelanggan tidak mudah berpaling dengan cepat kepada usaha atau jasa sejenis lainnya.

2.1.2.3 Design Thinking

Menurut Kelley dan Brown (Lutfi & Sukoco, 2019) , pemikiran desain adalah pendekatan inovasi yang tertuju pada manusia yang menginstruksikan kebutuhan orang sebagai pengguna, dan ada peluang teknologi menjadi syarat untuk sukses bisnis. Design thinking terdiri dari tiga unsur, yaitu bisnis (*viability*), manusia (*Desirability*), dan teknologi (*feasibility*). Pengguna yang saat ini memiliki keinginan dan digabungkan dengan kemampuan teknologi terbaru akan menjadi sebuah inovasi produk layanan dengan menggunakan design thinking akan menjadi solusi yang efektif untuk memecahkan masalah. Fase pemikiran desain terdiri dari lima fase: *empathize, define, ideate, prototype and test*. Berikut penjelasannya :

1. *Empathize*

Pada tahap ini akan melakukan pencarian informasi serta paham empati terhadap calon konsumen tentang pemecahan masalah yang terjadi. Pada fase empati, mencari dan mengumpulkan informasi melalui observasi engagement dan immersion dan mengesampingkan kepentingan individu akan menambah wawasan serta kebutuhan pengguna. Kuesioner dan pengumpulan informasi secara online tentang aplikasi yang dijadikan proyek untuk dikembangkan adalah tahap yang akan melalui tahap penyebaran yang bertujuan untuk tahap monitoring. Tahap selanjutnya adalah wawancara semi terstruktur dengan target pasar merupakan tahap engagement dan immersion. Langkah ini membuat record dan diproses pada langkah selanjutnya sebagai acuan dasar untuk pengembangan aplikasi di masa mendatang.

2. *Define*

Pada fase ini, informasi yang dikumpulkan pada fase sebelumnya, yaitu. empati, dianalisis dan disintesis. Fase sebelum define yang memperoleh data berupa ide yang terkumpul dan informasi yang diperoleh berupa kebutuhan, keinginan dan pengetahuan mendalam tentang aplikasi sejenis yang dikembangkan sebagai

kompetitor atau rival. Pengolahan informasi yang berasal dari permasalahan yang dibuat menunjukkan konsep dan model bisnis yang didirikan Seekerjaa sebagai perusahaan *start-up*. Pengolahan informasi yang berasal dari rumusan masalah melalui proses analisis dan sintesis dapat menghasilkan permasalahan yang dijadikan sebagai bagian penting dalam pengembangan ide dan konsep orisinil Seekerjaa. Pengembangan dari ide atau konsep mengenai layanan, fungsi dan elemen akan ditentukan oleh beberapa dari 15 (lima belas) seat masalah untuk bekerja sebagai startup.

3. *Ideate*

Pada langkah ini, solusi untuk masalah yang didefinisikan pada langkah yang ditentukan ditentukan. Pada fase ini kita berpikir untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut. Kerjasama dengan tim untuk mengerjakan *multiple problem solving* dilakukan sebagai tim pengembang dan dengan para pendiri Seekerjaa yang dikembangkan sebagai startup, dimana tim memiliki peran yaitu penipu, hipster, dan peretas. Konsep pertama dan ide merupakan solusi yang diselesaikan dengan menggunakan teknik *ideation*, yaitu. *brainstorming* yang dengannya Seekerjaa dikembangkan berdasarkan informasi yang diperoleh sebagai perusahaan startup dan diolah pada fase sebelumnya (*branding* dan *definisi*).

4. *Prototype*

Pada fase ini, prototipe dibawa ke dalam bentuk visual yang dapat digunakan untuk melakukan studi guna memecahkan masalah yang teridentifikasi pada fase selanjutnya. Wawasan didapatkan dari *prototyping* pengguna potensial tentang bagaimana pengguna berinteraksi dan berinteraksi dengan produk yang dikembangkan. *Prototyping* didasarkan pada solusi yang didefinisikan dalam fase ide, yang tujuannya adalah untuk penguraian pada proses penggunaan dan penyajian aplikasi yang

segera dikembangkan. Pada tahap ini dibuat *prototype* dengan menggunakan tool *mockingbot.in*, sehingga hasil yang didapatkan adalah sebuah aplikasi *prototype* yang memungkinkan terjadinya interaksi antara prototipe dengan calon pengguna sebagai target pasar..

5. *Test*

Pada fase ini, ide diuji dengan bantuan wawancara dan prototipe. Pada tahap ini pengujian dijalankan beberapa kali untuk mendapatkan hasil agar satu atau lebih masalah dapat didefinisikan ulang sehingga penelitian dapat dilakukan sama dengan kebutuhan pengguna. Pihak internal atau anggota tim berpartisipasi pada tahap testing atau pengujian seseorang atau kelompok orang yang berpengalaman dalam mengembangkan startup melalui tahap peluncuran dan pengguna potensial menjadi target pasar. Dengan adanya proses wawancara dan interaksi dengan prototipe. Pada fase ini kami menerima umpan balik tentang ide dan konsep bisnis serta prototipe aplikasi Seekerja yang akan dikembangkan. Fase ini juga merupakan *platform* validasi untuk mengembangkan Seekerja menjadi startup yang user-centric dengan target pasar yang tepat.

2.2 Metodologi

Jenis metodologi penelitian menggunakan kualitatif-deskriptif. Penelitian kualitatif-deskriptif adalah melakukan suatu penelitian dimana peneliti mengumpulkan data, kemudian menganalisis data secara jelas dan membuat kesimpulan berdasarkan fakta yang terjadi. Menurut (Levita et al., 2022) metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode yang akan dipergunakan oleh peneliti untuk mencari pengetahuan atau teori terhadap penelitian. Data dapat diambil melalui wawancara dan dokumentasi dari responden. Analisis metode penelitiannya menggunakan Metode Design Thinking. Lokasi penelitian dilaksanakan di Bank BJB Syariah dengan melalui kegiatan workshop *design thinking*. Teknik pengumpulan data yang digunakan

adalah wawancara dan observasi yang kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif.

2.3 Gambar Kerangka Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang inovasi layanan baru pada bank pada BJB Syariah di Banten untuk mempertahankan loyalitas pelanggan atau nasabah mereka. Sehingga BJB Syariah perlu melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan sebuah inovasi layanan baru sehingga dapat lebih unggul dan nasabah lebih loyal melalui metode design thinking.

