

# MAKNA KEINOVATIFAN DALAM MANAJEMEN SEKOLAH

Yayat Suharyat\*

## *Abstrak*

*Inovasi merupakan sebuah pembaruan, penemuan yang baru, baik berupa gagasan, metode, alat, dan produk. Inovasi diperlukan sebagai sebuah tahapan proses riset dan pengembangan (research and development). Dalam sebuah lembaga pendidikan sebuah inovasi diperlukan. Dalam tulisan ini mencoba mengurai makna keinovatifan dalam sebuah lembaga pendidikan.*

**Kata Kunci:** Inovasi, Manajemen, Sekolah

## **Pendahuluan**

Inovasi merupakan terjemahan dari kata *innovation* yang diartikan sebagai pembaruan, penemuan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan, metode, alat, produk, dan lain-lain. Setiap inovasi adalah perubahan, tetapi perubahan belum tentu inovasi. Inovasi terjadi sebagai hasil konsep-konsep atau teori-teori baru, sebagai hasil temuan baru dari penerapan prinsip-prinsip yang telah diketahui sebelumnya. Menurut Robbins pembaruan berarti berbeda dari yang sudah ada atau yang telah dikenal sebelumnya.<sup>1</sup>

Menurut Robbins (1997) dan Bartol (2001) inovasi adalah ide baru yang diaplikasikan untuk menghasilkan atau memperbaiki sebuah produk, proses atau layanan.<sup>2</sup> Inovasi tidak selalu identik dengan teknologi. Inovasi adalah pengguna-

an gagasan-gagasan baru bagi organisasi yang mau menerimanya. Inovasi merupakan sebuah perubahan yang inovatif, membuka peluang baru bagi organisasi untuk efektivitas dan efisiensi.

Menurut Brian Quinn (1992) dalam Janszen, karakteristik inovasi secara umum adalah: (1) berorientasi pada kebutuhan, (2) menghadapi kemungkinan, (3) rumit, (4) menghabiskan waktu, (5) mudah untuk mendorong, penundaan, perlawanan, kemunduran, (6) percaya pada intuisi dan (7) mendirikan dengan fanatik.<sup>3</sup> Dalam manajemen, inovasi dimaksudkan untuk efektivitas dan efisiensi pemberdayaan sumber daya yang ada, melalui perbaikan berkesinambungan dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengarahan, dan pengawasan. Inovasi manajemen merupakan implementasi dari perubahan-per-

---

<sup>1</sup> Stephen P. Robbins, *Managing Today* (New Jersey: Prentice Hall, 1997), h. 532.

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 43.

---

<sup>3</sup> Felix Janszen, *The Age of Innovation: Making Business Creativity A Competence Not A Coincidence* (London: Prentice Hall, 2000), h. 17.

ubahan pada struktur organisasi, atau proses manajerial, misalnya perubahan jadwal kerja yang fleksibel atau desain organisasi.<sup>4</sup> Inovasi dapat diperoleh atas inisiatif orang-orang dalam satu organisasi, mengadopsi temuan dari organisasi lain atau kekuatan yang muncul dari luar organisasi.

### Aspek-Aspek Kegiatan Inovasi

Inovasi dalam organisasi menurut King dan Anderson memiliki 4 kelompok penting yang menjadi perhatian, yaitu: (1) manusia; (2) struktur; (3) iklim dan budaya; dan (4) lingkungan. Pemimpin dan pengambilan keputusan merupakan *change agent* keberhasilan dalam melakukan perubahan untuk perbaikan organisasi. Gagasan dapat muncul dari setiap level pada organisasi, tetapi tanpa dukungan pemimpin tidak mungkin diwujudkan. Struktur organisasi mekanistik (*mechanistic organizations*) di mana kekuasaan dan otoritas berada pada hirarki atas, akan sulit menerima masukan-masukan dari level bawah, sementara dalam organisasi organik (*organic organizations*) menghargai setiap keterampilan dan kemampuan individu akan lebih mudah menerima dan melaksanakan perubahan. Iklim dan budaya yang tertutup terhadap perubahan, misalnya tidak proaktif

---

<sup>4</sup> Stephen P. Robbins, *Teori Organisasi: Struktur, Desain & Aplikasi* terjemahan Jusuf Udaya (Jakarta: Arcan, 1994), h. 436-437.

terhadap kemajuan teknologi akan lebih sulit berubah dibandingkan dengan organisasi yang memanfaatkan teknologi. Lingkungan juga merupakan faktor pendukung untuk menerima dan melaksanakan perubahan.<sup>5</sup>

Menurut West, aspek-aspek yang mendukung inovasi adalah: teknologi, rancangan kerja, penekanan kualitas, strategi manajerial, lingkungan organisasi, struktur organisasi, kultur organisasi, iklim organisasi, penelitian dan pengembangan, manajemen, pemerataan kesempatan, dan hubungan industrial.<sup>6</sup> Inovasi teknologi dapat berupa penggunaan alat, teknik, perlengkapan, sistem baru untuk memproduksi produk, dan termasuk penyajian produk tersebut.

Inovasi dapat juga dipahami sebagai dasar kontribusi pribadi dan bukan sekedar untuk pemenuhan (*compliance*) dari suatu keadaan yang mandeg (*status quo*) atau sekedar adat kebiasaan. Basis untuk berinovasi lebih pada tingkat elementer dari kegiatan atau perbaikan seseorang. Inovasi dapat menjamin pengembangan produk dan respon perilaku terhadap perbedaan-perbedaan.<sup>7</sup> Inovasi

---

<sup>5</sup> Nigel King dan Neil Anderson, *Innovation and Change in Organizations* (London: Routledge, 1995), h. 95-108.

<sup>6</sup> Michael A. West, *Developing Creativity in Organizations*, terjemahan Bern Hidayat (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 122.

<sup>7</sup> Stephen Carter, *Renaissance Management: The Rebirth of Energy and Innovation in People and*

bukan ditujukan kepada para pelanggan saja, tetapi juga untuk non-pelanggan, sehingga menjadi daya tarik bagi mereka untuk memperluas pasar produk barang atau jasa dari suatu organisasi.

Menurut Joseph Schumpeter dalam Janszen, inovasi merupakan komersial dari kombinasi baru, yang diaplikasikan dari: (1) materi dan komponen baru; (2) memperkenalkan proses baru; (3) pembukaan pasar baru; dan (4) memperkenalkan bentuk organisasi baru. Dengan demikian inovasi = TAMO merupakan gabungan dari teknologi (T), aplikasi (A) dalam bentuk produk dan pelayanan baru, pengembangan pasar (M) baru, dan pengenalan bentuk organisasi (O) baru.<sup>8</sup> Gagasan baru tersebut merupakan tindakan yang mampu memberikan kekuatan dan kemampuan baru, atau peralatan fisik yang dapat dipelajari dan dipraktikkan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup individu, kelompok, atau masyarakat. Gagasan/ide baru ini juga dapat berupa konsep yang dapat dipergunakan sebagai upaya untuk mengadakan perubahan sosial melalui keinovatifan kelompok masyarakat.

Inovasi adalah memasangkan atau mencocokkan proses di mana interaksi merupakan elemen yang

penting.<sup>9</sup> Inovasi merupakan keberhasilan dari suatu keberanian yang luar biasa untuk menampilkan ide-de baru, mengandung sumber berkah dengan kapasitas baru untuk mengkreasikan kekayaan, keberanian memperoleh kesempatan baru untuk suatu kepuasan keinginan dan kebutuhan manusia, transformasi ide kepada sesuatu produk yang mengandung nilai jual ke dalam layanan baru.<sup>10</sup>

Selanjutnya Allen memperjelas konsep inovasi, yaitu memperkenalkan sesuatu yang baru yang mencakup metode, kostum, peralatan atau perubahan-perubahan cara untuk dapat melakukan sesuatu. Untuk mencapai hal tersebut terdapat tiga hal yang harus dikerjakan, yaitu: *pertama*, adanya dorongan untuk menjadi inovator; *kedua*, adanya pengakuan sebagai inovator, dan *ketiga*, adanya pendapat sebagai inovator. Proses untuk menjadi inovator tersebut tidak boleh berhenti dan setiap aktivitas harus merefleksikan bahwa dia adalah sebagai inovator.<sup>11</sup>

Konsep inovasi ini dapat berupa proses produksi baru,

<sup>9</sup>Joe Tidd, John Bessant, dan Keith Pavitt, *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change* (England: John Wiley & Sons, Inc., 2001), h. 43.

<sup>10</sup>Bill Hollind and Gillian Hollins, *Over the Horizon: Planning Products Today for Success Tomorrow* (England: John Wiley & Sons Ltd. 1999), h. 120.

<sup>11</sup>M. George Allen, *Innovation* (2001), h. 1 (<http://mustang.coled.umn.edu/inventing/moses.htm>).

*Organization* (London: Kogan Page Limited, 1999), h. 44.

<sup>8</sup> Felix Janszen, *op. cit.*, h. 7-8.

program baru, sistem administrasi baru, teknologi baru, dan sebagainya. Inovasi merupakan proses penggunaan informasi atau pengetahuan yang sesuai untuk menciptakan dan mengenalkan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Sebagai gagasan yang baru, inovasi dan kreativitas dapat dikatakan berada dalam satu proses. Kreativitas merupakan pemikiran yang menghasilkan gagasan baru. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada.<sup>12</sup> Kreativitas dapat dirumuskan sebagai kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengembangkan suatu gagasan baru.<sup>13</sup> Kreativitas merupakan kelahiran ide baru yang imajinatif dan inovasi merupakan transformasi ide baru kedalam produk.

Rogers mendefinisikan, inovasi adalah suatu ide baru, praktik atau objek yang dinyatakan baru oleh seseorang atau unit lain yang mengadopsi. Inovasi tersebut ditunjukkan oleh seseorang atau organisasi dengan satu alternatif atau beberapa alternatif, dengan maksud untuk memecahkan permasalahan. Tetapi kemungkinan dari alternatif-alternatif tersebut lebih

baik dari kenyataan sebelumnya yang secara pasti tidak diketahui oleh individu yang memecahkan masalah. Dengan demikian individu tersebut termotivasi untuk mencari informasi selanjutnya tentang inovasi untuk mengatasi hasil yang belum pasti.<sup>14</sup>

Definisi Rogers tersebut sejalan dengan ide Scarbrough yang mengartikan inovasi sebagai suatu ide atau gagasan, praktik atau objek yang dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh seseorang atau unit lain yang mengadopsi. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pendekatan yang membedakan antara inovasi dan penemuan/ciptaan (*invention*) adalah mengacu pada keaslian kreasi atau penemuan ide baru tersebut, sepanjang ide tersebut dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh orang-orang yang terlibat kemudian disebut inovasi walaupun hal itu mungkin telah ada di tempat sebelumnya.<sup>15</sup> Penekanan dalam inovasi tersebut adalah bagaimana ide-ide baru itu dapat dikomunikasikan kepada masyarakat atau perusahaan sehingga mereka dapat menentukan untuk mengadopsi ide-ide baru tersebut.<sup>16</sup>

Pandangan lain menekankan, bahwa inovasi adalah membuat

---

<sup>12</sup>S. C. Utami Munandar, *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah* (Jakarta: PT Grasindo, 1999), h. 47.

<sup>13</sup>*Ibid.* h. 50.

---

<sup>14</sup> Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovation* 4<sup>th</sup> edition (New York: Everett M. Rogers, 1995), h. xvii.

<sup>15</sup> Harry Scarbrough, *The Management of Expertise* (New York, St. Martin's Press, Inc., 1996), h. 126.

<sup>16</sup>*Ibid.* h. 126.

suatu pekerjaan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dalam penelitian dan pengembangan sumber daya (*research and development*) selanjutnya, antara hasil ciptaan dan hasil inovasi, keduanya cenderung menjadi teman sejawat yang menghasilkan produk yang inovatif, yaitu baru dan lebih baik. Kata inovasi cenderung digunakan dalam konteks pengetahuan penelitian dan pengembangan yang merujuk pada pengembangan hasil teknologi tinggi.<sup>17</sup>

Inovasi dapat juga dipahami sebagai upaya peningkatan pemikiran. Dalam konteks ini perlu adanya perluasan perangkat lunak (*software*) seperti pengetahuan, yang diperlukan pada awal kegiatan dan dapat dipergunakan untuk memperkuat diri sendiri dalam mengambil suatu keputusan.<sup>18</sup> Pandangan yang lebih luas tentang inovasi melihat adanya suatu dorongan langsung kepada program yang didasari ide-ide yang bersifat universal.<sup>19</sup> Lebih jauh dikatakan bahwa tujuan inovasi adalah untuk mengembangkan tambahan peningkatan koordinasi dan melakukan terobosan (*break-throughs*) yang inovatif dapat dilakukan dalam bentuk produk, jasa

teknologi dan proses lain dalam rangka mempercepat kepuasan pelanggan, agar dapat lebih baik dari yang dipersiapkan oleh para pesaing. Titik perhatian yang perlu di-kedepankan dalam konteks tersebut adalah bagaimana agar keinovasian ini diarahkan kepada suatu pengembangan terhadap produk baru atau layanan baru.<sup>20</sup>

### Tahapan Psikologis Dalam Melakukan Inovasi

Tahapan bagi seseorang dalam mengadopsi suatu gagasan baru dimulai dengan: (a) tahap kesadaran (*awareness*), dalam tahap ini seseorang telah menyadari adanya gagasan baru, tetapi informasi yang diketahui masih sangat sedikit, masih dalam taraf *pengenalan*, sehingga mulai mencari informasi dan mempelajari mekanisme untuk mengetahui gagasan baru tersebut; (b) tahap ketertarikan (*interest*), pada tahap ini seseorang lebih banyak mencari informasi tentang gagasan baru, karena ia mulai tertarik dengan gagasan baru tersebut; sehingga mulai mendalami gagasan baru tersebut untuk dilaksanakan; (c) tahap evaluasi, pada tahap ini seseorang mulai mempertimbangkan untuk mencoba gagasan baru tersebut; (d) tahap mencoba, pada tahap ini seseorang mulai mencoba meskipun dalam skala kecil untuk meningkatkan

<sup>17</sup>Su Maddock, *Challenging Women: Gender, Culture and Organization* (SAGE Publications Ltd, 1999), hh. 11-12.

<sup>18</sup>Bruce Judson and Kate Kelly, *Hyperwars: Eleven Strategies for Survival and Profit in the Era of Online Business* (USA, Harper Collins Publishers, 1999), h. 214.

<sup>19</sup>Lindsay and Petrick, *op. cit.*, h. 303.

<sup>20</sup>*Ibid.* h. 110.

estimasi tentang gagasan baru tersebut; (e) tahap adopsi, pada tahap ini seseorang mengambil *keputusan* untuk menerima gagasan baru, memodifikasi, dan mengaplikasikan gagasan baru yang ditawarkan.<sup>21</sup>

Menurut Peter M. Drucker dalam Tilaar, ada 5 (lima) prinsip inovasi, yaitu: (1) inovasi memerlukan analisa berbagai kesempatan dan kemungkinan yang terbuka; (2) inovasi sifatnya konseptual dan perseptual; (3) inovasi harus berbentuk simpel atau sederhana dan terfokus; (4) inovasi harus dimulai dari hal-hal yang kecil (sederhana); dan (5) inovasi diarahkan kepada kepemimpinan atau kepeloporan.<sup>22</sup>

Inovasi hanya dapat dilakukan organisasi yang mempunyai sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan analisa, dapat diterima anggota organisasi, dan konsumen. Sedangkan kondisi organisasi yang memungkinkan untuk inovasi adalah: (1) inovasi merupakan suatu hasil kerja dari suatu pemikiran konseptual, yang sanggup menghadapi resiko yang mungkin terjadi; (2) inovasi berdiri atas kekuatan sendiri, tidak mudah putus asa; dan (3) inovasi berdampak pada pasar atau konsumen.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup>Rogers dan Rogers, *op.cit.*, h. 315-316.

<sup>22</sup>H.A.R. Tilaar, *Beberapa Agenda Reformasi Pendidikan Nasional Dalam Perspektif Abad 21* (Magelang: Indonesia Tera, 1999), h. 356.

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 357.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang dimaksud dengan ke-inovatifan pengelola sekolah adalah pengembangan produk layanan untuk memperkenalkan proses baru dan cara baru secara bertahap, dengan indikator: (1) mengetahui informasi pembaruan, (2) mencari informasi pembaruan, (3) mempelajari mekanisme pembaruan, (4) tertarik dengan pembaruan, (5) mendalami pembaruan, (6) melaksanakan pembaruan, (7) menerima pembaruan, (8) memodifikasi pembaruan, dan (9) mengaplikasikan pembaruan.

#### Daftar Pustaka

- Allen, M. George. *Innovation* (2001), (<http://mustang.coled.umn.edu/inventing/moses.htm>).
- Carter, Stephen. *Renaissance Management: The Rebirth of Energy and Innovation in People and Organization*. London: Kogan Page Limited, 1999.
- Hollind, Bill. and Hollins, Gillian. *Over the Horizon: Planning Products Today for Success Tomorrow*. England: John Wiley & Sons Ltd., 1999
- Janszen, Felix. *The Age of Innovation: Making Business Creativity A Competence Not A Coincidence*. London: Prentice Hall, 2000
- King, Nigel dan Anderson, Neil. *Innovation and Change in*

- Organizations*. London: Routledge, 1995.
- Munandar, S. C. Utami. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT Grasindo, 1999
- Robbins, Stephen P. *Teori Organisasi: Struktur, Desain & Aplikasi*. Terjemahan Jusuf Udaya Jakarta: Arcan, 1994.
- Robbins, Stephen P. *Managing Today*. New Jersey: Prentice Hall, 1997
- Rogers. Everett M. *Diffusion of Innovation* 4<sup>th</sup> edition. New York: Everett M. Rogers, 1995.
- Scarbrough, Harry. *The Management of Expertise*. New York: St. Martin's Press, Inc., 1996.
- Tidd, Joe, Bessant, John. dan Pavitt, Keith. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. England: John Wiley & Sons, Inc., 2001.
- West, Michael A. *Developing Creativity in Organizations*. Terjemahan Bern Hidayat Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- \*Dr. Yayat Suharyat, Ketua Program Magister Pendidikan Islam, Universitas Islam "45" Bekasi.**