

Inovasi Merupakan Proses Panjang dan penuh Tantangan

Asma'ul Husna*, Rusdarti Rusdarti, Haryono Haryono, Ali Formen

Manajemen Kependidikan S3, Fakultas Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang, Jl. Kelud Utara III
Semarang 50237, Indonesia

*Corresponding Author: asmahusna99@students.unnes.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang inovasi sebagai proses panjang dan penuh tantangan. Sehingga darinya didapatkan pemahaman bahwa; 1) sebuah inovasi merupakan proses untuk meningkatkan kualitas produk yang dibutuhkan oleh pasar. 2) Oleh karenanya, bisa dikatakan bahwa inovasi merupakan proses yang tiada akhirnya, hal ini dikarenakan bahwa inovasi berjalan selaras dengan perkembangan peradaban manusia. 3) Dalam perkembangannya tersebut, sebuah inovasi melalui berbagai dinamika yang penuh tantangan, baik itu secara internal dan eksternal. Tantangan internal, berkaitan dengan sumber daya di dalam organisasi/ institusi, sedangkan tantangan eksternal berkaitan erat dengan meyakinkan agar sebuah inovasi bisa diterima oleh individu atau kelompok di luar organisasi/ institusi pembuat inovasi.

Kata kunci: Inovasi; Proses Panjang; Tantangan

Abstract. This research aims to examine innovation as a long and challenging process. So that from it we get an understanding that; 1) an innovation is a process to improve the quality of products needed by the market. 2) Therefore, it can be said that innovation is a never-ending process, this is because innovation goes hand in hand with the development of human civilization. 3) In its development, an innovation goes through various challenging dynamics, both internally and externally. Internal challenges are related to resources within the organization/institution, while external challenges are closely related to ensuring that an innovation can be accepted by individuals or groups outside the organization/ institution making the innovation.

Keywords: Innovation; Long Process; Challenges

How to Cite: Husna, A., Rusdarti, R., Haryono, H., Formen, A. (2023). Inovasi Merupakan Proses Panjang dan Penuh Tantangan. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 2023, 125-129.

PENDAHULUAN

Tumbuh dan berkembangnya manusia secara individu dan sosial merupakan suatu bukti bahwa hukum ketetapan tidaklah berlaku dalam peradaban manusia. Sebagaimana konsep dasar dalam sosiologi adalah perubahan dan perkembangan peradaban manusia (Murdiyatomoko, 2007). Oleh karenanya, secara individu manusia terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi yang dimiliki. Sedangkan secara sosial, individu tumbuh dan berkembang dalam konteks komunitas yang selalu berubah dan mengubah peradaban manusia. Oleh karenanya hal ini sesuai dengan QS. Al-Baqoroh; 30, yang di dalamnya menjelaskan tentang keberadaan manusia di muka bumi sebagai kholifah yang memiliki fitrah (potensi-potensi) (Kemenag, 2018). Demikian hal ini juga telah diungkapkan oleh Mardiyah dkk bahwa manusia sebagai kholifah di bumi memiliki potensi untuk memakmurkan dan membuat kerusakan-kerusakan di bumi (Mardiyah et al., 2018). Dengan demikian maka, sudah *sunnatullah* bahwa manusia di muka bumi merupakan subjek utama dalam melakukan berbagai inovasi-inovasi

dalam mengembangkan peradaban manusia.

Manusia sebagai innovator memainkan peran penting dalam menentukan arah perubahan yang hendak dicapai di masa depan. Hal ini berkaitan dengan konsep dasar inovasi, yaitu pembaharuan atau pengenalan sesuatu hal yang baru dan suatu bentuk perubahan dari sesuatu yang lama (Sutiah, 2016). Oleh karenanya, pembaharuan (inovasi) meskipun sering berbicara tentang masa depan, namun ia selalu terikat oleh masa lalu. Sesuatu yang telah lampau, baik itu berupa memori atau bentuk benda apapun merupakan salah-satu batu pijakan untuk melakukan pembaharuan (inovasi), yang mana hal ini sering disebut sebagai kreativitas berbingkai (Jaya, 2022). Sehingga bisa dikatakan bahwa inovasi merupakan sebuah proses yang berpijak dari kerangka masa lalu.

Diskusi tentang inovasi bukanlah sesuatu yang baru, namun ia juga selalu menarik untuk dibicarakan. Hal ini disebabkan sebuah inovasi bukanlah hasil yang final dan bahkan bisa dikatakan bahwa inovasi adalah sebuah proses itu sendiri. Sehingga inovasi sebagai sebuah proses, maka inovasi ini akan terus ada dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Sehingga

dalam hal ini inovasi sering dikaitkan dengan resiko-resiko baik dalam aktivitasnya, kegiatan penemuan-penemuannya, ide-idenya dan bahkan dalam proses penelitiannya itu sendiri (Zuhal, 2010). Dengan demikian maka, inovasi bisa dikatakan sebagai sesuatu proses yang panjang penuh tantangan yang tak berpenghujung dan telah mendobrak sesuatu yang lama untuk diganti dengan sesuatu yang baru. Oleh karenanya seringkali karena belum terkristalisasinya nilai-nilai baru yang mengganti nilai-nilai lama hal ini dapat menyebabkan gesekan-gesekan sosial (Raho, 2019).

Berdasarkan pemahaman di atas, maka dalam artikel ini akan dibahas tema tentang "Inovasi Merupakan Proses Panjang dan Penuh Tantangan". Dalam tema ini akan dibahas ke dalam tiga sub bahasan, yaitu: 1) Inovasi sebagai peningkatan kualitas, 2) Inovasi sebagai proses tiada akhir. 3) Inovasi merupakan proses penuh tantangan.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian studi literatur menelaah beberapa sumber referensi dan jurnal yang relevan dengan penelitian penulis. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah diambil dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menelaah dan menganalisis buku serta jurnal dengan kaidah yang berhubungan dengan Inovasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi tentang inovasi telah banyak dikemukakan oleh para ahli, yang mana mereka semua telah sepakat bahwa inovasi merupakan sesuatu yang baru. Sehingga dikatakan juga bahwa inovasi merupakan kegiatan yang terus berulang tanpa batas, sehingga ia memiliki proses yang panjang (Sukmadi, 2016). Dalam arti yang lebih sempit, inovasi biasanya digunakan oleh korporasi/institusi/organisasi untuk memenuhi persaingan dan kebutuhan pelanggan. Inovasi bisa berupa barang hasil produksi, layanan, sikap hidup, perilaku, atau aktivitas-aktivitas yang mengarah pada proses perubahan di dalam kehidupan manusia (Ahmed & Shepherd, 2010). Oleh karena, di dalam inovasi terdapat suatu

ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh kelompok sosial, namun ia dapat dijadikan pijakan dalam mendorong terjadinya pembaharuan-pembaharuan dalam kehidupan.

Inovasi dalam kerangka konseptualnya memiliki enam konsep utama, yaitu (Sukmadi, 2016): Penggantian, penggantian sesuatu yang lama dengan yang baru. Seperti, berupa penggantian jenis sekolah/sarana atau system ujian lama ke yang baru; Perubahan, merubah fungsi yang lama ke yang baru. Sebagaimana hal ini bisa terlihat dari mengubah tugas seorang guru yang awalnya hanya mengajar kemudian menjadi guru pembimbing; Penambahan, menambahkan sesuatu yang baru tanpa menghilangkan yang lama. Sebagaimana dengan adanya penambahan item tes baru yang ditambahkan ke dalam system tes lama; Penyusunan kembali, menyusun ulang dari sesuatu yang telah ada. Misalnya, upaya menyusun ulang kondisi ruangan kelas agar bisa menampung jumlah tertentu anak didik, program, dll.; Penghapusan, menghapuskan sesuatu yang telah ada tanpa menambahkan sesuatu. Seperti upaya untuk menghapuskan mata-pelajaran tertentu dalam program pendidikan; Penguatan, menguatkan sesuatu yang lama agar bisa dimanfaatkan secara efisien dan efektif. Seperti, peningkatan mutu SDM, fasilitas, sarana dan prasana, bahkan juga tujuan pendidikan.

Karakteristik Inovasi. Sebagai sebuah pembaharuan, baik itu dalam usaha penggantian, perubahan, penambahan, penyusunan kembali, menghapuskan, menguatkan, maka inovasi memiliki berbagai karakter, yaitu (Sukmadi, 2016): a. *Relative advantage*, keunggulan relatif merupakan karakter inovasi yang berorientasi pada hasil, sebab dalam karakter ini sebuah inovasi harus bisa mendatangkan keuntungan bagi penerimanya. Hal ini biasanya memiliki parameter ukurannya yang mencakup; nilai ekonomi, status sosial, kesenangan, kepuasan, atau sesuatu yang memiliki kepentingan lainnya. Oleh karenanya, semakin inovasi tersebut bisa mengutamakan kepentingan-kepentingan seseorang maka inovasi tersebut akan semakincepat tersebar dan diterima; b. *Compatibility*, kompatibel ialah jenis inovasi yang menitik beratkan pada bentuk kesesuaian kebutuhan penerimanya. Sehingga merupakan suatu kerumitan dan bahkan tidak diterima jika suatu inovasi tidak sesuai dengan nilai atau norma keyakinan penerimanya. Oleh karenanya,

inovasi harus sesuai dengan nilai dan norma yang ada di masyarakat; c. *Complexity*, kompleksitas adalah karakter yang mengutamakan kemudahan untuk dimengerti dan digunakan bagi penggunaannya. Oleh karenanya, semakin mudah dipahami dan diterapkan, maka sebuah inovasi akan dengan mudah tersebar dan diterapkan bersama; d. *Triability*, yaitu sebuah inovasi harus memiliki kemampuan untuk diujicobakan ke penerima. Sehingga dengan kemampuannya tersebut, maka sebuah inovasi akan cepat diadopsi, karena dalam hal ini inovasi memiliki kemampuan dalam mengemukakan keunggulannya; e. *Observability*, yaitu sebuah inovasi harus mudah untuk diamati. Sebab inovasi yang hasilnya mudah diamati biasanya akan cenderung makin cepat diterima bila dibandingkan dengan inovasi yang hasilnya sukar diamati.

Berbagai karakter inovasi tersebut merupakan karakter yang menentukan seberapa cepat sebuah inovasi yang dilakukan bisa

diterima dan diteraka oleh kelompok masyarakat. Hal ini disebabkan sebagai sesuatu yang baru tentunya ia telah mendobrak sesuatu yang lama, sehingga perlu kiranya setiap inovasi memiliki enam karakteristik di atas agar tidak menimbulkan gesekan-gesekan sosial.

Elemen-Elemen dan proses dalam Inovasi. Meskipun inovasi adalah sebuah pembaharuan, namun dalam prosesnya ia terbagi ke dalam berbagai elemen-elemen yang dalam institusi/organisasi meliputi strategi inovasi, proses inovasi dan produk inovasi. Lebih lanjut, sebuah inovasi organisasi juga berhubungan dengan faktor eksternal, yaitu; inovasi sosial, inovasi politik dan inovasi filosofi. Sehingga sebuah inovasi dapat didorong secara internal oleh institusi/organisasi itu sendiri dan memugkian untuk didorong juga inovasi eksternal, seperti; sosial, politik dan filosofi. Sebagaimana diagram berikut (Ahmed & Shepherd, 2010).



Ahmed and Shepherd (2010) menambahkan bahwa, sebuah inovasi terbagi atas tiga klasifikasi, yaitu: a. *Administrative innovation*, yang mana hal ini berhubungan sebuah kegiatan menejerial dan meliputi adanya struktur organisasi dan administrasi yang menjadi aktivitas dasar pekerjaan organisasi, b. *Technology innovation*, yang mana hal ini berhubungan dengan teknologi produk, jasa, dan proses produksi, dan c. *Process innovation* adalah elemen baru dalam sebuah produksi perusahaan atau operasi jasa, input bahan baku, spesifikasi tugas dan peralatan yang digunakan dalam membuat jasa pelayan.

Tiga klasifikasi tersebut menggambarkan berbagai macam jenis inovasi yang ada, namun pada dasarnya sebuah inovasi memiliki proses yang sama, yaitu (Collis & Hussey, 2013): a. *Envisioning*, yakni menyamakan pandangan

mengenai tujuan inovasi, b. *Activating*, yakni menyampaikan visi ke publik agar tercipta komitmen bersama terhadap visi inovasi, c. *Supporting*, pada tahapan ini peran pemimpin sangat penting, sebab ia tidak hanya memberikan perintah dan arahan, namun juga harus bisa menginspirasi anak buahnya agar inovatif, d. *Installing*, yaitu sebuah tahapan implementasi, sehingga di dalamnya membutuhkan strategi yang sangat kompleks, e. *Ensuring*, yaitu kegiatan berupa *monitoring* dan evaluasi. Sehingga hal ini berdampak pada keyakinan terhadap ketepatan tindakan yang dilakukan dalam strategi, dan f. *Recognizing*, yakni sebuah penghargaan terhadap inovasi, sehingga akan didapatkan *reward* dalam berbagai jenis, termasuk: dalam bentuk finansial, kepercayaan, ucapan terima kasih, serta bentuk promosi.

Pembahasan dalam artikel ini berurutan

mulai dari yang pertama bahwa Inovasi sebagai Peningkatan Kualitas. Inovasi merupakan proses yang tiada akhir, sebab inovasi merupakan langkah evaluasi diakhir dan kemudian membenahi untuk kedepannya. Hal ini menjadi penanda bahwa inovasi memiliki tujuan dalam meningkatkan kualitas. Sebagaimana hal ini senada dengan konsep dasar inovasi yaitu sebuah penumbuhan kreativitas dan inovasi agar memiliki keunggulan dalam *entrepreneurship* (Kennard, 2021). Sehingga dengan adanya inovasi maka kualitas suatu produk, baik itu barang dan jasa akan terus berkembang dan menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Inovasi sebagai bentuk usaha dalam meningkatkan kualitas (Hartini, 2012), maka ia berarti telah berspekulasi dengan usaha dan pengalamannya, yang mana hal ini bisa berhasil dan juga gagal. Sehingga seorang inovator harus memiliki sikap; Pandai membaca peluang, Tidak lelah mencoba dan mengeluarkan produk, Membuat produk sesuai dengan kebutuhan pasar, dan Berkolaborasi dengan pihak lainnya untuk mengembangkan usaha dalam inovasi. Dengan memiliki sikap di atas, maka seorang inovator memiliki lebih banyak peluang untuk berhasil dalam upaya membuat pembaharuan (inovasi). Hal ini dikarenakan dalam sikap di atas, terdapat setidaknya pandangan kedepan dalam membaca peluang, keuletan dan yang paling penting adalah adanya upaya menjaga jaringan untuk saling mendukung.

Pembahasan kedua, Inovasi sebagai Proses Tiada Akhir. Meskipun inovasi selalu berkaitan dengan masa kini dan masa depan, namun dalam konstruksinya ia selalu terhubung ke dalam masa lalu. Hal ini menandakan bahwa inovasi merupakan suatu proses yang tiada ujungnya. Srilaksmi dan Indrayasa mengatakan bahwa inovasi sebagai sebuah pembaharuan merupakan bentuk adaptasi terhadap kebutuhan konsumen. Demikian halnya inovasi dalam pendidikan yang terus berkembang dan terbarukan sesuai dengan tuntutan zaman (Srilaksmi & Indrayasa, 2020). Sehingga dari sini bisa dikatakan bahwa inovasi merupakan sebuah proses yang terus berjalan dan tidak ada batasan final tentang suatu produk inovasi.

Inovasi sebagai sebuah proses yang terus berjalan, maka ia memiliki fase yang berulang, sebagaimana dalam fase berikut ini (Hartini, 2022): a. *Brainstorming*, yaitu menyiapkan produk yang ingin diciptakan dan disempurnakan menurut pemahamannya; b. *Verivication*, yaitu melakukan verifikasi tentang ide dan melihat

kelayakan suatu ide tersebut untuk ditindak lanjuti; c. *Bussiness plan*, yaitu menciptakan definisi dan pemahaman yang jelas tentang target pasar yang hendak dicapai; d. *Product development*, yaitu melakukan pembangunan dan perancangan terhadap produk, dan d. *Testing and launching*, yaitu suatu bentuk pengujian terhadap produk, sehingga diketahui ketahanan produk untuk kemudian menjadi bahan evaluasi kembali.

Pembahasan yang ketiga, Inovasi merupakan proses Penuh Tantangan. Inovasi sebagai sesuatu yang datang belakangan dan mengusir sesuatu yang telah mapan memiliki kecenderungan dapat menimbulkan konflik sosial. hal ini disebabkan karena belum terkristalisasinya nilai-nilai baru dalam sebuah inovasi di masyarakat (Raho, 2019). Oleh karenanya, secara eksternal inovasi harus memperhatikan kondisi lingkungan komunitas sosialnya. Selain konflik sosial, inovasi juga bisa menimbulkan gesekan secara internal dengan anggota organisasi/institusi itu sendiri. Hal ini dikarenakan dalam sebuah inovasi, terutama inovasi yang besar memerlukan kerjasama bersama dan komitmen anggota organisasi (Hartley, 2011). Oleh karenanya potensi konflik ini bisa terjadi karena perbedaan karakter dan cara pandang anggapan organisasi tentang inovasi.

Tantangan inovasi selain secara internal dan eksternal telah berkaitan dengan produk, namun kegiatan inovasi juga secara tidak langsung telah melibatkan aspek psikologis di dalamnya. Hal ini dapat dilihat dari adanya sikap resistensi inovasi aktif dan pasif. Resistensi inovasi aktif berupa ketidakpuasan produk hasil inovasi, sedangkan resistensi inovasi pasif berhubungan dengan sikap resisten individu dalam merubah kebiasaan yang telah mapan (Heidenreich & Spieth, 2013). Dengan demikian maka, tantangan dalam inovasi selain dari adanya faktor internal dan eksternal juga di dalamnya terdapat faktor psikologi yang turut menjadi penentu keberhasilan suatu proses inovasi.

SIMPULAN

Inovasi merupakan suatu bentuk pembaharuan, yang mana di dalamnya terdapat ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik. Sehingga inovasi merupakan hal yang mutlak terjadi, sebab inovasi merupakan peningkatan kualitas produk agar mampu memenuhi kebutuhan pasar. Selain dari pada itu, inovasi merupakan proses yang tiada akhir dan di

dalamnya terdapat siklus yang terus berputar sebagai bentuk evaluasi diakhir dan melanjutkan untuk inovasi selanjutnya. Oleh karenanya, dalam inovasi ini terdapat berbagai tantangan baik secara eksternal dan juga internal, bahkan inovasi juga dapat dipengaruhi oleh kondisi psikologis sehingga inovasi itu dapat berhasil diterima oleh konsumen dan pasar.

REFERENSI

- Ahmed, P. K., & Shepherd, C. (2010). Innovation management: context, strategies, systems, and processes. *New York (NY): Pearson Prentice Hall*.
- Collis, J., & Hussey, R. (2013). Business Research A Practical Guide for Undergraduate and Postgraduate Students 3rd edition. In *palgrave* (Vol. 142).
- Hartini. (2022). *Menejemen Pemasaran (Prespektif Perilaku Konsumen)*. Media Sains Indonesia.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Hartley, J. (2011). Public Value Through Innovation and Improvement. In *Public Value*. https://doi.org/10.1007/978-0-230-36431-8_10
- Heidenreich, S., & Spieth, P. (2013). Why innovations fail - The case of passive and active innovation resistance. *International Journal of Innovation Management*, 17(5). <https://doi.org/10.1142/S1363919613500217>
- Jaya, R. dkk. (2022). *Dinamika Kemajuan Dalam Studi Pembangunan Pertanian: Membangun Kesadaran dan Pengembangan Inovasi Pertanian*. Syiah Kuala University Press.
- Kemenag. (2018). *Al-Quran dan Terjemahan*. Marwah.
- Kennard, M. (2021). Innovation and Entrepreneurship. In *Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.4324/9781003052258>
- Mardiyah, W., Sunardi, S., & Agung, L. (2018). Peran Manusia Sebagai Khalifah Allah di Muka Bumi: Perspektif Ekologis dalam Ajaran Islam. *Jurnal Penelitian*, 12(2). <https://doi.org/10.21043/jp.v12i2.3523>
- Murdiyatomoko, J. (2007). *Sosiologi: memahami dan mengkaji masyarakat*. Grafindo Media.
- Raho, B. (2019). *Sosiologi Agama*. Ledalero.
- Srilaksmi, N. K. T., & Indrayasa, K. B. (2020). Inovasi Pendidikan Dalam Peningkatan Strategi Mutu Pendidikan. *Pusat Penjaminan Mutu*, 1(1).
- Sukmadi. (2016). Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan). In *Humaniora*.
- Sutiah. (2016). *Perubahan Budaya Belajar dan inovasi Pembelajaran PAI*. Nizamiah.
- Zuhal. (2010). *Knowledge and Innovation Platform Kekuatan Daya Saing*. Gramedia.