



Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Organisasi

Hendrik A.E. Lao ^{*1}

¹Program Studi Pascasarjana PAK STAKN Kupang, Jl. Naimata, Penfui Kupang-NTT

*Email korespondensi: hendrikla033@gmail.com

Diterima 22 Februari 2020; Disetujui 26 Maret 2020; Dipublikasi 22 April 2020

Abstract: *The purpose of this research is to find out how the innovation management and organizational value creation in STAKN Kupang, so that they are able to become a high quality and competitive institution. The research method used was a qualitative research method with informants taken were officials at pascasarjana STAKN Kupang, consisting of three people. Research results obtained, namely: 1) Management Innovation can occur if all components play an active role in being able to provide creative ideas that contribute to the advancement of existing education management. And these creative ideas have gone well in the PAK STAKN Kupang postgraduate study program. 2) value creation in the PAK STAKN Kupang postgraduate study program is carried out well by applying Christian character values as added values such as honesty, discipline, sincerity and sincerity.*

Keywords: *Management, Innovation, Value Creation*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen inovasi dan penciptaan nilai organisasi di STAKN Kupang, sehingga mampu menjadi lembaga yang berdayasaing dan bermutu tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan informan yang diambil adalah pejabat pada pascasarjana PAK STAKN Kupang terdiri dari tiga orang. Hasil Penelitian yang diperoleh, yaitu: 1) Manajemen Inovasi dapat terjadi apabila semua komponen berperan aktif untuk dapat memberikan ide-ide kreatif yang berkontribusi bagi kemajuan pengelolaan pendidikan yang ada. Dan ide-ide kreatif tersebut sudah berjalan dengan baik di Program studi pascasarjan PAK STAKN Kupang. 2) penciptaan nilai pada program studi pascasarjan PAK STAKN Kupang dilakukan dengan baik dengan menerapkan nilai-nilai karakter kristen sebagai nilai tambah seperti nilai kejujuran, kedisiplinan, ketulusan serta keikhlasan.

Kata kunci : *Manajemen, Inovasi dan penciptaan nilai*

Perguruan tinggi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memiliki tanggung jawab membangun dan meningkatkan kualitas SDM agar memiliki daya saing. Perguruan Tinggi merupakan penyelenggara pendidikan tinggi, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas (Indrajit & Djokopranoto,

2006:4-5).Perguruan tinggi di Indonesia dapat dibedakan menjadi Perguruan Tinggi Umum (PT) di bawah naungan Dikti, Perguruan Tinggi Agama (PTA) di bawah naungan kementerian Agama dan Perguruan Tinggi Kedinasan (PTK) dibawah naungan semua kedinasan kecuali Dikti dan Kementerian Agama.

Perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan

mempunyai peran dan tanggung jawab yang strategis dalam pembangunan suatu bangsa. Peran perguruan tinggi yang tercermin dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang dapat membantu mengembangkan konsep dan strategi pendidikan yang dilakukan dengan pola kerja sama antar pembuat kebijakan pendidikan dan dunia industri. (Amri, 2013:69).

Menurut Soedijarto (2008:220) PT memiliki peran menghasilkan lulusan yang berkualitas secara intelektual, profesional dan memiliki karakter, menghasilkan ilmu pengetahuan dan teknologi dan ikut serta dalam memecahkan masalah nasional masyarakat bangsanya maupun masalah kemanusiaan. Peranan PT menjadi sangat penting saat ini dimana tuntutan peningkatan SDM yang berkualitas dan memiliki karakter agar dapat memenuhi kualifikasi yang diinginkan oleh masyarakat. PT memiliki peran serta dalam membentuk karakter, mencerdaskan serta membangun bangsa, maka PT haruslah memiliki sistem perencanaan yang baik untuk mengatasi setiap tantangan dan hambatan di tengah perubahan yang terjadi.

Tantangan yang dialami perguruan tinggi agama salah satunya adalah perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan sosial budaya masyarakat, kebijakan sistem pendidikan, serta meningkatnya harapan dari pengguna lulusan terhadap kualitas mutu dan pelayanan perguruan tinggi, tantangan tersebut menuntut perguruan tinggi untuk terus berkembang menjadi lebih baik. Tantangan lain yang dihadapi perguruan tinggi adalah tantangan terhadap persaingan antar perguruan tinggi untuk saling berlomba menghasilkan SDM yang

berkualitas. Dimana perguruan tinggi yang terus berkembang meningkatkan kualitasnya akan mampu terus bertahan.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia

	Jumlah		Jumlah Mahasiswa		Jumlah
	PTN	PTS	PTN	PTS	
PT	121	2.986	2,208,059	4,237,559	6.445.618
PTA	74	955	95,157	383,611	478.768

Sumber : <http://forlap.dikti.go.id/> Tgl 08/10/2015

Banyaknya jumlah perguruan tinggi baik PTA maupun PT telah memunculkan persaingan untuk menarik minat calon mahasiswa. Calon mahasiswa sebagai calon pelanggan disatu sisi diuntungkan dengan banyaknya perguruan tinggi karena calon mahasiswa dapat memilih perguruan tinggi mana yang terbaik. Tapi disatu sisi perguruan tinggi akan berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan kualitasnya. Dengan kata lain kondisi ini akan memperlihatkan perguruan tinggi yang berkualitas dimata calon mahasiswa akan mendapatkan mahasiswa yang cukup banyak. Oleh karena itu dibutuhkan strategi bersaing efektif . Kunci memenangkan persaingan tersebut adalah melalui inovasi dan teknologi serta penciptaan nilai untuk meningkatkan kinerja perguruan tinggi sehingga sebuah PT bisa menghadapi persaingan global.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Inovasi

Dari segi bahasa, menurut *Oxford Learners Pocket Dictionary* kata “*innovation*” berarti ‘*new idea, methods, etc, to innovate*’ berarti *make changes, introduce new things* (membuat perubahan, memperkenalkan hal-hal baru). Ide baru tumbuh dari kreatifitas, baik individu maupun kelompok, kemudian ide-ide baru dalam bentuk tertentu itu

dipraktikkan untuk kepentingan manusia, individu, kelompok atau organisasi, dan penerapan itu akan mengakibatkan perubahan pada individu, kelompok, atau organisasi. Sedangkan dalam Kamus Besar Indonesia (1997: 381) inovasi diartikan sebagai penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya, misalnya gagasan, metode atau alat. Dengan kata lain inovasi adalah perubahan yang menciptakan dimensi kinerja yang baru. Dalam *The American Dictionary* inovasi diartikan *the act of introducing something new: something newly introduced*.

Menurut Rogers dalam Suharsaputra (2016: 244) mengatakan bahwa “inovasi tidak harus sesuatu yang benar-benar baru, namun sesuatu yang dipandang baru oleh seseorang atau unit lain yang mengadopsi”. Namun demikian inovasi pasti berimplikasi perubahan, dan perubahan membawa perkembangan. Sebagai penerapan atau implementasi ide-ide baru, inovasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang dikerjakan dimana sebelumnya tidak pernah dikerjakan, atau sesuatu yang sebelumnya tidak dikerjakan dan sekarang ada yang mengerjakannya. Untuk lebih jelasnya berikut beberapa pengertian inovasi yang dikemukakan oleh para ahli sebagaimana dikutip oleh Sau'ud (2010) sebagai berikut:

1. Inovasi adalah suatu ide, praktik, atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. (Rogers, 2003).
2. Inovasi adalah suatu perubahan yang sifatnya khusus, memiliki nuansa kebaruan, dan disengaja melalui suatu program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu, serta

dirancang untuk mencapai tujuan yang diharapkan dari suatu sistem tertentu. (Matthew B. Miles, 1973)

3. Inovasi adalah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. (Stephen Robbins, 1994)
4. Inovasi adalah suatu perubahan yang baru dan secara kualitatif berbeda dari hal (yang ada) sebelumnya dan sengaja diusahakan untuk meningkatkan kemampuan guna mencapai tujuan tertentu, termasuk dalam bidang pendidikan. (Santoso S. Hamidjoyo, 2002).
5. Suharsaputra (2010: 284) memberikan pokok-pokok pikiran sebagai berikut: inovasi merupakan penerapan hal-hal yang baru dalam suatu pelaksanaan tugas sebagai penerapan pengetahuan; hal-hal baru dalam inovasi dapat berupa ide, praktik, proses, pelayanan, ideology, strategi bisnis atau objek; inovasi merupakan suatu perubahan dan atau berimplikasi perubahan sebagai akibat dari penerapan hal-hal baru.

Dari beberapa definisi inovasi yang dibuat para ahli tersebut pada dasarnya memiliki pengertian yang sama. Semua definisi tersebut menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Hal yang baru itu dapat berupa hasil invensi atau diskoveri, yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memecahkan masalah.

Dalam konteks pendidikan, maka inovasi menjadi upaya lembaga pendidikan dan atau guru

serta tenaga kependidikan lainnya untuk menggunakan keterampilan dan sumber daya yang ada untuk mengembangkan hal-hal baru, ide-ide baru dalam kepentingan untuk mencapai tujuan pendidikan. Adapun inovasi pendidikan adalah inovasi untuk memecahkan masalah dalam pendidikan. Inovasi pendidikan mencakup hal-hal yang berhubungan dengan komponen sistem pendidikan, baik dalam arti sempit tingkat lembaga pendidikan maupun arti luas di sistem pendidikan nasional.

Sehingga dapat dikatakan inovasi pendidikan merupakan suatu hal yang dapat terjadi dalam ruang lingkup pendidikan itu sendiri. Menurut penulis memunculkan ide baru untuk penggunaan produk yang ada untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas pendidikan juga dapat dianggap sebagai suatu inovasi. Dengan demikian, nampak bahwa dalam inovasi selalu mensyaratkan adanya kreatifitas, yang memberi kontribusi bagi terlaksananya inovasi. Tanpa kreatifitas yang terjadi hanyalah repetisi dan imitasi.

Penciptaan Nilai

Penciptaan nilai (*value creation*) dalam pengertian leksikal dan sederhana adalah performa dari serangkaian tindakan untuk meningkatkan nilai kelayakan barang dan jasa sebuah organisasi. Banyak pelaku usaha sekarang ini berfokus pada penciptaan nilai dalam rangka menciptakan nilai yang lebih baik bagi pelanggan untuk mendapatkan produk dan jasa, serta sekaligus bagi para pemilik atau penanam modal yang menginginkan saham mereka terapresiasi dengan pertumbuhan nilai.

Pandangan lain mengenai penciptaan nilai, dinyatakan oleh Mekinnon, Gowland dan Worzel

(Jamalludin, 2006), sebagai suatu transformasi dari hasil kreativitas dan inovasi melalui penemuan atau pengembangan dalam menghasilkan produk atau jasa di suatu perusahaan. Kazanawa (Jamalludin, 2006), mendefinisikan penciptaan nilai adalah fungsi dari kemampuan memimpin, mendapatkan sumber-sumber, dan kemampuan dalam mengotimalkan proses manajemen. Dalam ungkapan amat sederhana penciptaan nilai disebut sebagai upaya membangun nilai suatu produk agar berguna dan bermanfaat bagi pelanggan (*customer*) yang dituju (Stephen., 2005).

Selanjutnya, dalam menciptakan nilai (*creating value*) itu, selalu diperlukan perbaikan proses organisasi (*process organization improvement*) yang melibatkan berbagai pihak dalam organisasi, dengan melakukan upaya pemahaman sebaik mungkin mengenai pelanggan dan mengetahui apa kebutuhan mereka. Penciptaan nilai bagi organisasi adalah aura atau spirit untuk menjalani kehidupan, yang ditopang oleh semua pihak yang berada dalam sistem.

Penciptaan nilai terjadi, apabila organisasi mampu menghasilkan kembalian (*return*) di atas tuntutan *investor*, atau kembalian dari modal yang diinvestasikan harus lebih dari biaya modal perusahaan. Untuk suatu proyek baru yang berbeda dengan bisnis yang dijalankan perusahaan saat ini, maka return on invested capital dari proyek harus melewati biaya modal dari proyek (Dalborg, 1999).

Penciptaan nilai (*value creation*) sejatinya dalam hal ini lembaga pendidikan adalah untuk kepentingan semua pihak yang berkepentingan, dengan menciptakan nilai (*to create value*) untuk para siswa, para anggota organisasi, dan lembaga. Jika tujuan itu demikian, maka misi organisasi harus diwujudkan dengan mengutamakan nilai tambah pada semua kegiatan

yang dilakukannya (*value-adding activities*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitiannya adalah 3 orang yang terdiri atas satu orang pejabat dan dua orang dosen yang terdapat pada Program Pascasarjana PAK STAKN Kupang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara. Wawancara dilakukan dengan melibatkan teknik simak catat dan juga teknik rekam. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data sehingga memperoleh hasil yang ingin dicapai dengan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Inovasi

Manajemen inovasi pada Pascasarjan Magister Pendidikan Agama Kristen Negeri Kupang. Hasil penelitian yang dihimpun oleh peneliti selama melakukan penelitian terhadap PLH sekretaris program pascasarjana magister PAK (JT) pada tanggal 30 November 2019 Jam 10 WITA:

“Selama ini manajemen inovasi masih belum berjalan dengan baik, karena kurangnya fasilitas dan dukungan berupa dana dalam mengembangkan potensi seluruh SDM yang ada pada lingkungan program Pascasarjana STAKN Kupang. Dan juga ada kendala-kendala internal yang muncul dari diri dosen dalam mengkreasi ide yang dimiliki. Karena lebih banyak mengurus hal-hal yang bersifat administrasi sehingga waktu untuk menulis dan meneliti terbatas”.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan dosen pada program pascasarjan magister Pendidikan Agama Kristen Negeri Kupang, atas

nama (LK & ET) pada tanggal 1 Desember 2019 Jam 11 WITA:

“Bicara tentang menejemen inovasi bicara tentang sesuatu yang baru yang dikreasikan oleh dosen atau pejabat yang ada dilingkungan kampus STAKN Kupang, namun dalam pengamatan kami belum ada manajemen inovasi yang secara maksimale dilakukan oleh pejabat ataupun dosen dalam meningkat kompetensi profesionalnya sebagai seorang dosen atau pemimpin yang harus dikembangkan untuk terciptanya suatu lembaga yang bersaing dengan lembaga pendidikan lainya. Penerapan manajemen inovasi harus membawa perubahan bagi individu maupun kelompok”.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen inovasi yang ada belum berjalan secara maksimal sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan. Manajemen Inovasi merupakan Proses mengelola inovasi di suatu organisasi agar dapat berdaya guna bagi penciptaan keunggulan bersaing yang berkelanjutan bagi organisasi. Manajemen Inovasi diperlukan karena untuk mengakui bahwa ide-ide segar harus terus mengalir secepat mungkin dan setiap saat sebagai antisipasi perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam, dan dinamis tersebut. Disinilah manajemen Inovasi itu harus berperan penting. Manajemen inovasi melibatkan semua aktivitas dalam proses inovasi mulai dari identifikasi peluang, pengembangan ide, desain produk, pengembangan sampai dengan perencanaan pemasarannya.

Penciptaan Nilai

Penciptaan Nilai pada pascasarjana magister pendidikan agama kristen STAKN Kupang. Hasil penelitian yang peneliti himpun selama peneliti

melakukan penelitian. terhadap PLH sekretaris magister PAK (JT) pada tanggal 2 Desember 2019 Jam 10 WITA:

“upaya yang dilakukan oleh pejabat mengenai penciptaan nilai dan mencari sumber-sumber untuk mendukung mengoptimalkan proses manajemen sudah dilaksanakan secara baik hanya perlu diperbaiki pada bagian-bagian tertentu seperti penempatan tenaga sesuai dengan kompetensi bidang yang dimiliki. Karena selama ini hal ini yang menjadi salah satu hambatan bagi perkembangan nilai mutu yang seharusnya diciptakan dalam organisasi yang ada. Dalam penciptaan nilai selama ini lembaga sudah mampu memberikan output yang diharapkan oleh masyarakat yaitu output yang berkualitas”.

Hal ini di dukung oleh hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap dua dosen pascasarjana magister PAK atas nama (LK & ET) yang peneliti himpun selama melakukan penelitian pada tanggal 3 Desember 2019 Jam 11 Wita.

“penciptaan nilai yang kami lihat selama ini belum maksimal karena sering kegiatan-kegiatan yang dilakukan hanya sebatas melaksanakan program saja tanpa melihat manfaat dan nilai tambah yang didapatkan dari kegiatan tersebut. Karena menurut kami, jika ada nilai tambah yang ditawarkan maka itu bisa menjadi ciri khas dari lembaga karena hal tersebut berhubungan dengan pemangku kepentingan”.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut tentang penciptaan nilai dapat disimpulkan bahwa penciptaan nilai yang terjadi selama ini pada program pascasarjana magister STAKN Kupang sudah dapat dikategorikan baik, namun perlu diperbaiki pada bagian sumberdaya manusia dan jenis kegiatan yang bermanfaat untuk memperoleh nilai tambah sebagai keunggulan yang ditawarkan oleh lembaga kepada pengguna.

dalam menciptakan nilai (*creating value*) itu, selalu diperlukan perbaikan proses organisasi (*process organization improvement*) yang melibatkan berbagai pihak dalam organisasi, dengan melakukan upaya pemahaman sebaik mungkin mengenai pelanggan dan mengetahui apa kebutuhan mereka. Penciptaan nilai bagi organisasi adalah aura atau spirit untuk menjalani kehidupan, yang ditopang oleh semua pihak yang berada dalam sistem.

Penciptaan nilai terjadi, apabila organisasi mampu menghasilkan kembalian (*return*) di atas tuntutan investor, atau kembalian dari modal yang diinvestasikan harus lebih dari biaya modal perusahaan. Untuk suatu proyek baru yang berbeda dengan bisnis yang dijalankan perusahaan saat ini, maka *return on invested capital* dari proyek harus melewati biaya modal dari proyek (Dalborg, 1999).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan mengenai Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai yang dilaksanakan di pogram pascasarjana magister PAK STAKN Kupang, antara lain:

- a. Manajemen Inovasi perlu diperbaharui secara terus menerus dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang pada lembaga sesuai dengan bidang atau kompetensi masing-masing.
- b. Penciptaan nilai sebagai bentuk proses perubahan secara terus menerus untuk meraih keunggulan lembaga sudah secara baik dilakukan, namun perlu diperbaiki secara berkala.

Saran

Yang menjadi saran dalam penelitian ini, bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian terutama dari sumber informan yang diwawancarai, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperbanyak sumber data dan memperluas wilayah pelayanan yang tidak terbatas pada satu lembaga saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, John R.. (2012). *Shareholder Value Creations dan Balanced Scorecard*
- Amri, Sofan (2013). *Peningkatan Mutu Pendidikan sekolah dasar dan menengah*. Prestasi Pustaka Publisher. Jakarta.
- Amri, Sofan (2013). *Peningkatan Mutu Pendidikan sekolah dasar dan menengah*. Prestasi Pustaka Publisher. Jakarta.
- Hamidjoyo, Santoso. (2002). *Pendidikan Masyarakat*. Ganeco: Bandung
- Indrajit, R.Eko & Djokopranoto, R. (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Yogyakarta.
- Indrajit & Jokopranoto. (2002). *Konsep Manajemen Supply Chain Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Jakarta: PT Grameddiararana Indonesia.
- Robbins, Stephen. (1993). *Organizational Behavior (18th Edition) Pearson Press*.
- Rogers, Everett, M. (2003). *Diffusion of Innovations 3rd*. The Free Press: New York
- Soedijanto (2008). *Landasan dan arah pendidikan Nasional kita*. Kompas. Jakarta.
- Suharsaputra, Umar. (2016). *Kepemimpinan Inovasi Pendidikan*. Rafika Aditama: Jakarta.
- Young, S. David, & O'Byrne, Stephen F..EVA. (2005) *Manajemen Berdasarkan Nilai, Panduan Praktis untuk Implementasi (alih bahasa : Lusi Wijaya)*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Zamalludin, (2006) . *Analisis Model Penciptaan Nilai (Value Creation) Dengan Mempertimbangkan Perbaikan Proses Bisnis Untuk Meningkatkan Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan Di Pos Express PT Pos Indonesia*. Bandung : Universitas Widyatama.