Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia
Volume 3, Nomor 1, 2026: 91-100
e-ISSN 3032-6168

PERANAN MANAJEMEN INOVASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI PENDIDIKAN

[1*]Lola Meizera, [2]Sangkala Wira Ghiffari
Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
Email: lolameizera@gmail.com

Abstract

Persaingan organisasi pendidikan ditandai dengan munculnya berbagai organisasi baru dan kemajuan teknologi yang mengiringi persaingan bisnis tersebut. Inovasi manajemen dibutuhkan setiap organisasi untuk menghadapi perubahan dan persaingan global. Manajemen yang saat ini berjalan adalah manajemen yang berbasis scientific yang masih bersifat temporer, sehingga membutuhkan inovasi untuk mencapai keunggulan bersaing perusahaan. Terobosan inovasi yang bisa dilakukan pada organisasi jasa adalah dengan menciptakan model bisnis baru, mengembangkan layanan baru, membuat Interface pelanggan baru, membuat inovasi administrasi. Inovasi terealisasi apabila didukung oleh kreatifitas, pengetahuan, kompetensi, kebutuhan masyarakat.
Keywords: Inovasi, Kreatifitas, Pengetahuan.

Abstract

The competition among educational organizations is marked by the emergence of new institutions and the advancement of technology accompanying this business rivalry. Management innovation is essential for every organization to adapt to changes and global competition. The current management system is still based on scientific approaches and remains temporary in nature, thereby requiring innovation to achieve competitive advantage. Breakthrough innovations in service organizations can be realized through the creation of new business models, the development of new services, the establishment of new customer interfaces, and administrative innovations. These innovations can be actualized when supported by creativity, knowledge, competence, and societal needs.
Keywords: Innovation, Creativity, Knowledge.

PENDAHULUAN

Persaingan organisasi pendidikan yang ditandai dengan munculnya organisasi-organisasi baru serta kemajuan teknologi menjadikan persaingan usaha semakin ketat. Organisasi yang tidak memiliki keunggulan kompetitif tidak akan bisa bertahan di dalam persaingan dunia bisnis yang semakin ketat. Untuk memiliki keunggulan bersaing, organisasi harus mampu mencari terobosan baru. Keberlangsungan hidup dari organisasi bergantung pada seberapa cepat dan tanggap organisasi tersebut menghadapi kedinamisan yang ada. Organisasi dituntut untuk selalu menghasilkan produk-produk yang lebih baik dan dengan biaya yang lebih rendah dari pesaing mereka. Oleh karena itu dibutuhkan strategi bersaing efektif. Kunci memenangkan persaingan tersebut adalah melalui inovasi dan teknologi sehingga sebuah perusahaan bisa menghadapi persaingan global. Data dari forlap.dikti.go.id menunjukkan bahwa jumlah institusi pendidikan

Copyright © 2026 Pada Penulis
CC BY

semakin berkembang pesat sehingga persaingan industri pendidikan akan semakin ketat. Berikut adalah data jumlah Institusi yang ada di Indonesia:

Tabel 1. Data Jumlah Institusi Indonesia

Jenis Institusi	Jumlah
Akademik	1.098
Politeknik	218
Sekolah Tinggi	2.331
Institut	113
Universitas	505

Sumber: forlap.dikti.go.id

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah institusi pendidikan semakin berkembang dan belum termasuk perguruan tinggi asing yang akan memasuki persaingan pasar di Indonesia. Sehingga dalam penelitian ini akan membahas peranan inovasi dalam meningkatkan kinerja organisasi pendidikan.

Teknologi dan inovasi sudah dikenal sebagai faktor penting dalam meningkatkan keuntungan, positioning, dan kinerja bagi perusahaan dalam menghadapi kejadian dinamika pasar. Dengan melakukan inovasi, organisasi bereaksi terhadap perubahan pasar yang dinamis dan untuk menciptakan atau mempertahankan daya saingnya. Dapat dikatakan bahwa "*innovation is an almost obligatory survival strategy*" (Drucker, 1999). Organisasi yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu menciptakan inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana (Gupta dan Macdaniel, 2002). Oleh karena itu, diperlukan cara-cara atau strategi baru dalam menciptakan dan menghasilkan produk baru atau melakukan perbaikan (tangible maupun intangible) dengan memanfaatkan kemampuan kreatif dari para karyawan perusahaan atau anggota organisasi.

Pimpinan berperan aktif dalam mewujudkan fokus dan penciptaan lingkungan yang kondusif serta merangsang potensi pegawainya. Dalam sebuah organisasi, inovasi dimulai dengan adanya individu cerdas yang mempunyai "sense" untuk menemukan kebutuhan baru yang belum ada, menciptakan atau mengimprovisasikannya menjadi metode. Proses penemuan sumber daya baru untuk memenuhi kebutuhan kebaruan tersebut (Malaviya dan Wadhwa, 2005). Pada saat ini konsumen dari lembaga pendidikan merupakan generasi milenial yang memiliki kebutuhan kreatifitas tinggi dan kebebasan dalam melaksanakan proses belajar mengajar. Lembaga pendidikan saat ini berlomba membuat inovasi untuk mempertahankan konsumen maupun daya tarik konsumen baru. Dari fenomena bisnis di atas akan dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah: Peranan inovasi dalam meningkatkan kinerja organisasi pendidikan.

KAJIAN LITERATUR

Schumpeter (1934) merupakan ahli yang pertama kali mengemukakan konsep inovasi. Ia mendefinisikan inovasi sebagai kombinasi baru dari faktor-faktor produksi yang dibuat oleh pengusaha dan pemikiran inovasi adalah kekuatan pendorong yang penting (*critical driving force*) dalam pertumbuhan ekonomi. Konsep inovasi Schumpeter melibatkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi

pasar, penggunaan bahan baku baru dan mendapatkan bahan baku tersebut dengan cara-cara dan inovasi pada organisasi. Dengan demikian Schumpeter telah meletakkan pondasi dasar teori mengenai inovasi untuk penelitian selanjutnya. Yang kemudian oleh beberapa peneliti dilakukan pergeseran fokus dalam penelitiannya, dari konsep inovasi secara makro bergeser pada konsep inovasi yang lebih mikro. Konsep inovasi makro ini terkait dengan inovasi yang dilakukan secara makro yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, sedangkan konsep inovasi secara mikro terkait dengan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan (Xu dkk., 2006). Dengan berkembangnya inovasi dari sisi fokus penelitian secara makro oleh para ahli, terdapat dua pendekatan yang berbeda mengenai konsep inovasi yang mereka kemukakan sebagai pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan inovasi. Pendekatan pertama adalah "*innovation as a process*", dimana inovasi tersebut dianggap lebih menekankan pada proses inovasi dalam organisasi dan proses sosial yang menghasilkan inovasi sebagai kreativitas individu (*individual creativity*), budaya organisasi (*organization culture*), kondisi lingkungan (*environment context*), dan faktor-faktor sosio-ekonomi (*social and economic factors*) (Xu dkk, 2009; Castro dkk, 2011).

Pendekatan kedua adalah "*innovation as an outcome*", dimana dikatakan bahwa inovasi adalah produk yang dibuat atau penciptaan produk yang memiliki nilai tambah. Dalam perspektif inovasi sebagai sebuah hasil (*an outcome*), inovasi dibagi menjadi dua jenis yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental, inovasi radikal adalah adanya teknologi yang mendorong inovasi (*technology push*) dalam menciptakan sesuatu yang baru bagi perusahaan dan juga untuk pasar atau pelanggan. Inovasi inkremental (incremental innovation) biasanya dikategorikan sebagai inovasi yang berorientasi pasar (*market pull)* karena ide-ide yang dipakai dalam penciptaan produk baru
berasal pasar, sehingga sering disebut sebagai produk yang berorientasi pasar atau marketable product (Darroch dan McNaughton, 2002).

Manajemen inovasi merupakan alat yang digunakan oleh manajer maupun organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan produk dan inovasi organisasi sehingga kata lain manajemen inovasi adalah pengelolaan dan pengorganisasian sebuah proses. Perkembangan konsep manajemen inovasi yang diawali dari pasca perang dunia II dibagi menjadi empat generasi berdasarkan perkembangan yang dirangkum dari berbagai sumber (Liyanage dkk., 1999; Miller, 2001; Niosi, 1999; Rothwell, 1994) adalah sebagai berikut:

a. Generasi pertama (dari tahun 50-an sampai dengan pertengahan tahun 60-an), konsep manajemen inovasi pada generasi awal ini menekankan pada penelitian dan pengembangan (R&D) perusahaan dalam menghasilkan produk-produk inovatif technology oriented, sehingga pendekatan inovasi yang dilakukan adalah *technological push* dan cenderung menghasilkan *radical innovation*. Generasi ini banyak perusahaan mendirikan divisi R&D sebagai institusi keilmuan (*scientific institution*). Pendekatan yang dilakukan sangat minim dalam melakukan survei pasar dan produk yang dihasilkan cenderung produk yang tidak berdasarkan kemauan pasar. Pada proses inovasi, tidak terdapat tujuan strategis yang tidak melibatkan aspek komersial dan belum menerapkan

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

konsep manajemen proyek.

b. Generasi kedua (dari pertengahan tahun 60-an sampai akhir tahun 70-an), periode ini berada dalam kondisi perekonomian dunia yang stabil dan menuju kemakmuran, sehingga kondisi pasar menjadi kompetitif dan keterlibatan pemerintah pada sisi permintaan menjadi dominan. Inovasi yang dilakukan tidak hanya sekedar untuk kemajuan keilmuan, tapi sudah bisa dikembangkan sebagai sebuah produk yang berorientasi pasar. Divisi R&D menjadi lebih luas bidang geraknya, tidak hanya sekedar pada penciptaan teknologi tetapi sudah terintegrasi dalam sebuah manajemen proyek yang mengembangkan produk berdasarkan sebuah konsep komprehensif yang melibatkan multi disiplin ilmu seperti marketing dan financial. Pada generasi ini, *outcome innovation* yang dihasilkan cenderung *incremental innovation* yang lebih fokus pada pengembangan daripada penciptaan produk.
c. Generasi ketiga (dari akhir tahun 70-an sampai dengan awal tahun 90-an). Pada generasi ini pendekatan inovasi yang dilakukan sudah mengkombinasikan strategi market pull dengan *technological push* namun fokus yang dilakukan hanya sebatas pada inovasi produk dan proses, sehingga cenderung mengabaikan inovasi perusahaan (*innovation organization*). Perusahaan lebih menekankan pada *cost control* dan *reduction strategy* karena pada periode ini terdapat dua kali krisis minyak (*oil crisis*), inflasi yang tinggi, dan kondisi permintaan di posisi titik jenuh (*saturated demand*).
d. Generasi keempat (dari awal 90-an sampai dengan awal tahun 2000-an). Kemajuan teknologi dan informasi menjadi menjadi globalisasi sehingga faktor utama dalam periode ini, dimana kompetisi tingkat global semakin ketat teknologi, informasi dan komunikasi tersebut telah mempengaruhi proses bisnis internal maupun eksternal. Strategi perusahaan lebih dikonsentrasikan pada kemampuan inti (*core competence*), *strategic alliance*, dan *external networking* sehingga banyak perusahaan memakai metode *team based structures* dan project based structures. Pendekatan inovasi yang dilakukan adalah *open innovation* yang fokus pada *innovation alliance*, *innovation to New Business Development* (NBD). Kondisi yang ada di periode ini menjadikan proses inovasi menjadi sangat kompleks dan semakin sulit dikelola, sehingga semakin terbuka, maka akan semakin menyulitkan perusahaan untuk bersaing. Menurut beberapa ahli, diperlukan pendekatan inovasi yang berbeda dari generasi terakhir yang lebih fokus pada *open innovation* karena adanya perubahan yang cepat (*rapid changing*) pada kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Pada era sekarang pendekatan yang lebih ideal adalah pendekatan *context based* atau sering atau sering disebut *Contextual Innovation.*

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan peranan manajemen inovasi dalam menghadapi persaingan global sehingga organisasi pendidikan akan memiliki keunggulan kompetitif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data sekunder. Data yang diperoleh dengan teknik dokumentasi

membantu menjelaskan fenomena peran pendidikan dan manajemen inovasi dalam keberhasilan strategi bisnis. Rancangan analisis data yang dipergunakan dengan menggunakan Analisis deskriptif. Tulisan ini menggunakan studi pustaka yang artinya teknik pengumpulan data menggunakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Sumber-sumber pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi) dan sumber-sumber lainnya.

Fungsional dan operasional yang digunakan dalam Institusi pendidikan mencakup *planning, organizing, staffing, leading, controlling* untuk kegiatan akademik dan non akademik baik internal maupun eksternal. Standar dari Badan Akreditasi yang sudah ditetapkan oleh Dikti seharusnya dapat dipenuhi oleh semua PT tetapi dalam kenyataannya masih banyak PT yang belum memenuhi standar tersebut, hal ini dicerminkan masih banyak PT yang belum terakreditasi. Berikut ini adalah rata-rata pencapaian hasil perstandar:

Tabel 3. Rata-Rata Pencapaian Hasil Perstandar

No Standar	Keterangan	Rata-rata nilai pencapaian	Rata-rata nilai target
1	Standar Isi	52.76	71.3
2	Standar Proses	54.28	73.33
3	Standar Kompetensi Lulusan (Skl)	54.13	72.72
4	Standar Pendidik Dan Tenaga Kependidikan (Ptk)	53.57	71.79
5	Ketersediaan Sarana Dan Prasarana Pendidikan	54.29	72.58
6	Pengelolaan Program Studi	55.25	73.59
7	Standar Pembiayaan	53.51	72.25
8	Standar Penilaian	53.5	72.59
9	Standar Penelitian	55.25	73.68
10	Standar Pengabdian Kepada Masyarakat	54.64	72.94

Sumber: http://lam-pt.org

Data di atas menunjukkan bahwa target untuk memenuhi standar sebuah organisasi pendidikan belum tercapai, sehingga masih dibutuhkan inovasi-inovasi dalam mencapai standar dari Pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem pengelolaan di Organisasi pendidikan pada saat ini mengacu pada Sistem Penjaminan Mutu Internal yang oleh Data pencapaai nilai akareditasi berdasarkan standart borang.

Tabel 4. Data pencapaai nilai akareditasi berdasarkan standart borang

Standar Keseluruhan	Wil I	Wil II	Wil III	Wil IV	Wil V	Wil VI	Wil VI	Wil VIII	Wil IX	Wil X

Copyright © 2026 Pada Penulis

								I			
1	52.76	50.8	52.2	57.2	51.3	53.3	56.7	58.4	51.2	50.5	49.5
2	54.28	52.6	54.1	58.3	53.2	54.8	59.6	60.5	52.3	52.5	49.6
3	54.13	52.3	53.6	58.5	52.9	54.2	58.3	60.5	51.6	52.3	50.1
4	53.57	51.7	52.9	56.5	52.3	53.5	58.2	59.3	50.8	51.4	49.8
5	54.29	51.9	53.7	56.6	52.4	54.6	58.5	59.4	51.1	52.1	50
6	55.25	52.1	54.6	59.4	53.6	55.1	60.7	60.4	52.5	53.2	50.3
7	53.51	51	52.5	56.6	52.1	54.3	58.7	58.3	51.1	52.3	50.1
8	53.5	50.8	52.3	56.5	52	54	58.6	58.2	50.9	52.2	50.2
9	55.25	53	54.8	59.2	54.1	55.7	60.8	60.5	52.8	53.6	50.8
10	54.64	52.2	53.7	58.7	53	54.8	59.7	60.2	51.9	52.9	50.7
	54.2	**52**	**53.2**	**58.7**	**52.7**	**54.2**	**59.8**	**59.7**	**51.6**	**52.3**	**50.1**

Sumber: Olahan Peneliti

Data di atas menunjukkan bahwa hanya ada tiga wilayah yang memiliki standart mutu sesuai dengan standart yaitu wilayah III yang meliputi (DKI Jakarta), wilayah VI yang meliputi Jawa Tengah, wilayah VII (Jawa Timur), wilayah X meliputi (Sumatera Barat, Riau, Jambi, Kep. Riau), sedangkan wilayah lain masih di bawah standart. Selama ini pelaksanaan pengelolaan organisasi masih menggunakan manajemen yang *scientific* dan temporer mencakup *planning, organizing, staffing, leading, controlling*.

Proses manajemen di atas belum cukup menjawab tantangan global yang ada pada saat ini, masih dibutuhkan konsep manajemen lainnya yakni teori kepemimpinan. Proses Manajemen maupun Kepemimpinan yang dilakukan pada saat ini sudah mengadopsi teori-teori manajemen tetapi masih dibutuhkan inovasi. Dalam menghadapi persaingan global organisasi pendidikan membutuhkan terobosan-terobosan baru dalam proses inovasi. Inovasi yang perlu dilakukan adalah inovasi manajemen dimana inovasi manajemen merupakan implementasi dari sebuah ide, proses dan struktur manajemen baru yang mewakili sebuah awal penting sebuah perusahaan untuk bertransformasi ke arah yang lebih baik (Birkinshaw dan Mol, 2006). Inovasi manajemen melibatkan lebih banyak pihak luar (*external agents*) dibandingkan inovasi teknologi, dimana pihak luar ini memberikan masukan dan inspirasi untuk inovasi manajemen. Organisasi pendidikan merupakan institusi jasa sehingga harus melakukan inovasi manajemen jasa dengan melibatkan beberapa pemangku kepentingan diantaranya pelaku industri, konsultan, mahasiswa, maupun stakeholder lainnya.

Dibawah ini adalah proses manajemen inovasi yang bisa dikembangkan:

- Ketidakpuasan terhadap suatu keadaan yang bersifat tetap (Dissatisfaction status quo). Institusi pendidikan sebagai industri jasa akan mengalami hal tersebut di atas sehingga permasalahan internal ini yang menjadikan inovasi manajemen tumbuh dan berkembang dengan cara melakukan riset dan pengembangan.
- Inspiration from other source, inovasi membutuhkan inspirasi dan masukan dari beberapa pihak, baik internal maupun eksternal. Institusi pendidikan merupakan lembaga pendidikan yang melibatkan pemangku kepentingan dalam hal ini untuk inovasi pendidikan tinggi yang tergolong inovasi jasa harus melibatkan sumber-sumber inspirasi diantaranya dosen, mahasiswa, pemerintah, supplier,

pelaku industri dll.

- Invention, ide-ide tentang aplikasi, proses dan struktur yang timbul dari tahapan sebelumnya. Dengan adanya faktor internal pada tahap pertama dan faktor eksternal pada tahap kedua, menjadikan ide-ide perbaikan maupun penciptaan timbul dan berkembang. Institusi pendidikan perlu mengembangkan ide-ide yang sudah diperoleh untuk direalisasikan menjadi inovasi baru.
- Internal dan eksternal validation. Dalam manajemen inovasi, sebuah institusi pasti akan menimbulkan risiko dan ketidakpastian keuntungan sehingga dibutuhkan strategi untuk menghadapi permasalahan tersebut.
- Difusi, di dalam tahapan ini komunikasi yang dibangun dengan baik akan menghasilkan keberhasilan dari ide-ide yang dibangun. Dalam tahapan ini dibutuhkan pula mengerjakan sumber Tahapan tersebut dilanjutkan dengan pengembangan manajemen inovasi jasa yang bisa dikembangkan di Organisasi Pendidikan ini di antaranya:
- Membuat Knowledge Management. *Knowledge management* merupakan kegiatan yang digunakan oleh organisasi untuk mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan dan mendistribusikan pengetahuan untuk digunakan atau diketahui kembali oleh organisasi. Penerapan *knowledge management* akan membuat peningkatan secara terus menerus (*continuous improvement*) di bidang pendidikan. *Knowledge Management* yang diselenggarakan secara rutin akan menumbuhkan kreativitas dan inovasi. Lembaga pendidikan sebagai wadah yang menghasilkan riset seharusnya bisa dimanfaatkan semua anggota organisasi.
- Menciptakan model bisnis baru, dengan menciptakan model bisnis baru organisasi jasa akan mengalami perubahan mendasar dalam cara menaikkan pendapatan dan keuntungan. Untuk Institusi ini yang perlu dikembangkan adalah pengembangan pasar dengan cara menciptakan pelanggan yang lebih luas maupun menciptakan nilai lebih kepada pelanggan. Dalam hal ini Institusi ini bisa mengembangkan rintisan-rintisan sekolah baru yang akan menjadi segmen pasar institusi.
- Mengembangkan layanan baru. Pengembangan layanan baru sangat dibutuhkan bisa dalam bentuk pengembangan budaya baru. Beberapa budaya perlu dikembangkan seperti budaya kreativitas, budaya penyebaran pengetahuan yang selama ini hanya terdapat di masing-masing. Setiap anggota organisasi harus menciptakan kreativitas di masing- masing unit dan ilmu pengetahuan yang didapatkan berasal dari seminar, workshop, studi lanjut perlu dikembangkan di institusi pendidikan ini. Layanan baru ini bisa didorong dengan adanya teknologi baru. Pengembangan teknologi baru ini akan memudahkan layanan bagi mahasiswa maupun dosen. Teknologi baru ini akan mempermudah Kaprodi, dosen maupun mahasiswa mendapatkan data dengan mudah dan pengambilan keputusan.
- Membuat Interface pelanggan baru. ICT (Information Communication Technology) sangat penting bagi hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa. Teknologi yang bisa dikembangkan oleh Institusi ini sebagai contoh e-learning, dengan adanya e-learning akan mempermudah interaksi baru antara pelanggan

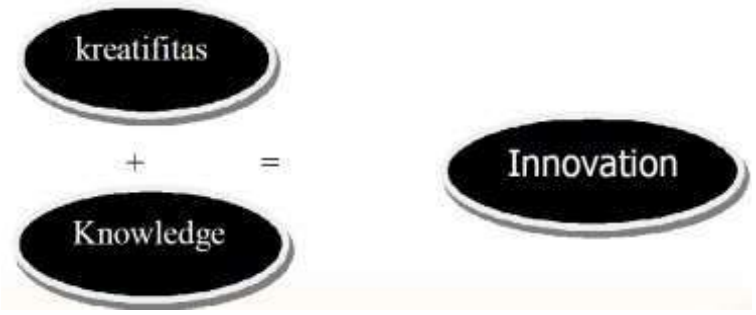
Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

dan penyedia jasa. Selain mempermudah interaksi dengan adanya e-learning akan menghemat *cost*.

- Membuat inovasi administrasi. Inovasi administrasi bisa dilakukan dalam bentuk inovasi dalam SOP (Standard Operating Procedure). Hal yang bisa dilakukan misalnya mempercepat waktu layanan di semua unit.
- Membuat desain kurikulum. Kurikulum pada lembaga pendidikan harus adaptif, kurikulum harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, pengembangan kurikulum harus disesuaikan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kurikulum harus berisikan nilai- nilai yang dominan dari unit penyelenggara, standar budaya nasional dan budaya daerah masing-masing. Selanjutnya kurikulum harus mampu mengantisipasi perubahan sosial dalam masyarakat.
- Membuat desain proses pembelajaran. Konsumen lembaga pendidikan yang saat ini dihadapi adalah generasi millennial, lembaga pendidikan harus memiliki kreativitas dalam proses pembelajarannya. Harus dicari metode pembelajaran yang sesuai dengan kondisi konsumen saat ini salah satunya dengan menggunakan *dynamic teaching*.

Untuk membuat terobosan di atas perlu adanya dukungan untuk menfasilitasi inovasi:

- Kreativitas. Kreativitas adalah sebuah ide, gagasan yang mampu membawa perubahan dalam sebuah aktivitas kehidupan. Organisasi membutuhkan ide atau gagasan baik dari internal organisasi maupun eksternal organisasi.
- Pengetahuan. Pengetahuan merupakan semua pemahaman relevan yang membawa individu untuk mengusahakan kreativitas. Sehingga sebuah inovasi akan muncul apabila kreativitas dan pengetahuan menjadi satu.



- Selain kreativitas dan pengetahuan inovasi menuntut berbagai kompetensi pada setiap tahapan proses.
    - Inovasi perlu didorong oleh kebutuhan masyarakat daripada kebijakan dan proses.

KESIMPULAN DAN SARAN

Manajemen inovasi akan membuat keunggulan sebuah organisasi pendidikan sehingga organisasi tersebut akan menjadi organisasi yang siap menghadapi persaingan global. Tahapan yang dibutuhkan adalah:

- Ketidakpuasan terhadap suatu keadaan yang bersifat tetap (*Dissatisfaction status quo*)
- Inspiration *from other source*

- *Invention*
- *Internal dan eksternal validation*
- *Diffusi*

Terobosan yang bisa diterapkan adalah:

- Membuat *knowledge management*
- Menciptakan model bisnis baru
- Mengembangkan layanan baru
- Membuat *interface* pelanggan baru
- Membuat inovasi administrasi
- Membuat desain kurikulum
- Membuat desain proses pembelajaran

Untuk membuat terobosan di atas perlu adanya dukungan untuk menfasilitasi inovasi:

- Kreatifitas
- Pengetahuan
- Kompetensi
- Inovasi perlu didorong oleh kebutuhan masyarakat daripada kebijakan dan proses.

DAFTAR PUSTAKA

Birkinshaw, J dan M. Mol. 2006. *How Management Innovation Happens*. *Management zeview – MIT* Vol. 47 No. 4

Castro, Gregorio Martin-De, Pedro Lopez-Saez and Miriam Delgado-Verde. 2011. *Towards a knowledge based view of firm innovation: Theory and empirical research. Journal of Knowledge Management* Vol.15 No.6, 871–874

Darroch, J dan R. McNaughton, 2002. *Examining the link between Knowledge Management Practices and Types Innovation*, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3, No. 3 b, 210-222

Drucker, P.F., 1985. *Innovation and Entrepreneurship.* New York: Harpercollins Publisher

Gupta, A dan J. MacDaniel, 2002. *Creating Competitive Advantage by effectively Managing Knowledge: A Framework for Knowledge Management*, *Journal of Knowledge Management Practice* Vol.3, No.2, 1-40 – 49

Liyanage, S., Greenfield, P.F. dan R. Don. 1999. *Towards A Forth Generation R&D Management Model - Research Networks in Knowledge Management*, *International Journal of Technology Management*, Vol. 18, 3, 372–393

Malaviya, P. dan Subhash Wadhwa, 2005. *Innovation management in organizational in organization context: an empirical study*, *Global Journal of flexible system management*, Vol. 6, 1-14

Miller, R. dan R.A. Blais, 1993. *Modes of Innovation in Six Industrial sector*, *IEEE Transaction on Engineering Management*, Vol. 40 No. 3: 264-273

Niosi, B dan J. Innes, 1997. *Research and Development Performance Measurement: A case study*, paper presented at 1997 R & D management Conference, Manchester, 14-16 July 1997

Copyright © 2026 Pada Penulis
(cc) BY

Schumpeter, J.A., 1934. *The Theory of Economic Development.* Cambridge: Harvard University Press

Xu, Qingrui dkk. 2006. *Total Innovation Management: A Novel Paradigm of Innovation Management in the 21st Century*, *Journal of Technology Transfer*, Vol. 32, 29–25