

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi merupakan suatu gagasan ataupun barang/hal yang baru belum ada ataupun yang sudah ada tetapi belum diketahui oleh pengadopsi. Inovasi juga dapat berupa metode baru untuk meningkatkan mutu/kualitas terhadap suatu program atau barang yang sudah ada. Inovasi dapat diperoleh melalui diskoveri, invensi maupun pembaharuan/peningkatan suatu produk dengan metode/cara yang baru. Adapun beberapa pengertian inovasi menurut para ahli yang dikutip oleh Udin Syaifudin Sa'ud, diantaranya adalah:¹⁸

- 1) Sebuah inovasi adalah sebuah ide dan sebuah cara/langkah baru untuk untuk melengkapi kesadaran sosial (Donal P. Ely).
- 2) Inovasi adalah ide, tindakan ataupun sesuatu yang sudah ada tetapi diperbaharui oleh sekelompok orang yang mengadopsinya. Inovasi adalah perubahan (Zaltman Duncan).
- 3) Inovasi adalah pilihan kreatif, pengaturan dan seperangkat manusia dan sumber – sumber material baru atau menggunakan

¹⁸Udin Syaefudin Sa'ud, *Inovasi Pendidikan*, cet ke-VII (Bandung: Alfabeta, 2014), 4.

cara unik yang akan menghasilkan peningkatan pencapaian tujuan – tujuan yang diharapkan (Huberman).

- 4) Sebuah inovasi adalah sebuah gagasan, metode, tindakan, produk, dan atau jasa yang dianggap baru oleh individu ataupun kelompok yang mengadopsinya. Anggapan sebagai ide terbaru oleh seseorang ditentukan oleh reaksinya dalam bertindak. Jika ide tersebut dianggap baru oleh orang tersebut, maka itu dikatakan sebuah inovasi. Baru yang dimaksud adalah bersifat kualitatif. (M. Rogers).
- 5) Inovasi adalah mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi. Dengan inovasi maka seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, dan kebijakan, tidak hanya bagi perusahaan tapi juga *stakeholder* dan masyarakat (Schumpeter)¹⁹

Sementara itu, pengertian lain terkait inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.²⁰

¹⁹ De Jong, J.P.J. & D.N. den Hartog, *Determinanten van innovatief gedrag: een onderzoek onder kenniswerkers in het MKB (Determinants of innovative behaviour: an investigation among knowledge workers in SMEs)*, *Gedrag & Organisatie*, 18(5), 235-259, 2005. Diakses dari ondernemerschap.panteia.nl/pdf-ez/h200820.pdf, Rabu, 25 Mei 2016, Pk. 11.07.

²⁰ UU Republik Indonesia No 18 tahun 2002, *Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan teknologi*.

Dari definisi – definisi dari para ahli, maka dapat dijabarkan beberapa kata kunci yang terkait inovasi, yakni:

- 1) Baru, dalam inovasi dapat diartikan sesuatu yang belum ada, dimengerti, diterima/dilakukan oleh penerima inovasi. Sifat baru disini bersifat kualitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh M. Rogers, ” *The perceived newness of the idea for the individual determines his or her reaction to it if the idea seems to be new to the individual, it is an innovation.*²¹
- 2) Kesengajaan, bahwa inovasi yang dilakukan tersebut secara sengaja dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- 3) Terprogram, inovasi dirancang dan disusun secara sistematis dan terstruktur dengan tujuan yang jelas. Lemahnya struktur pendukung, kurangnya proses konsultatif, kurangnya pendekatan secara holistik serta tidak adanya evaluasi dan perbaikan akan merusak proses penerapan inovasi di lembaga pendidikan.²² terprogram dalam hal ini berkaitan tentang struktur kepengurusannya, kegiatan-kegiatannya, tujuan serta pembiayaannya.

Inovasi merupakan proses perubahan dengan cara memunculkan ide/gagasan, metode atau produk baru hasil dari invensi

²¹ Sa'ud dengan judul *Inovasi ...*, 4.

²² Alfred Otara, *Innovation: A Strategy for Survival of Education Organizations*, Jurnal International Volume 2 No. 9; September 2012, diakses dari www.aijernet.com/journals/Vol2No9September./20.pdf, Minggu, 29 Februari 2016, Pk. 23.00.

maupun diskoveri. Inovasi adalah pengembangan dari sikap kreatif, yang mana dapat diperoleh baik melalui pengkombinasian alternatif – alternatif yang ada (*combination play*).²³ kreatifitas menghasilkan ide baru juga dapat melalui proses inkuibasi atau pengamatan secara langsung dari sekolah/madrasah lain²⁴ dan bisa juga merupakan hasil dari diskusi²⁵. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu perubahan yang sifatnya khusus (*specific*) yang mengandung kebaruaran (*novel*), disengaja melalui suatu program yang direncanakan terlebih dahulu (*planned and deliberate*) serta dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui suatu sistem tertentu (*goals of the system*).²⁶

Menurut Mile sebagaimana dikutip oleh Hasibuan, proses perubahan tersebut berkaitan dengan pengembangan (*development*), penyebaran secara spontan (*diffusion*), diseminasi (penyebaran yang terarah dan teratur), perencanaan (*planning*), adopsi (*adoption*), penerapan (*implementation*) dan evaluasi (*evaluation*).²⁷

b. Tipe Inovasi

Berdasarkan bentuk pengaplikasiannya, inovasi dibedakan menjadi tiga, yakni: inovasi produk (*product innovation*), inovasi dalam pelayanan (*service innovation*) dan inovasi proses (*process*

²³Richard, *The Rise of ...*, 112.

²⁴ *Manajemen Mutu Sekolah: Strategi Peningkatan Mutu dan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam*, (Jogjakarka: Ar-Ruzz Media, 2013), 206.

²⁵Verona, G., Prandelli, E., & Sawhney, M. (2006). Innovation and Virtual Environments: Towards Virtual Knowledge Brokers. *Organization Studies*, 27(6), 765-788. doi: 10.1177/0170840606061073

²⁶ Matthew B. Milles, *Innovation in Education*, (New York: Teacher College Press Columbia University, 1973),14.

²⁷ <http://Sumut.kemenag.go.id>, diakses pada hari Minggu, 1 Mei 2016, Pk. 08.08.

innovation). Inovasi produk merupakan pemunculan produk baru. Inovasi servis adalah cara baru dalam bentuk pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Sedangkan inovasi proses adalah sebuah cara baru untuk membuat proses dalam menghasilkan produk atau jasa menjadi lebih ekonomis.

Sementara itu berdasarkan tingkat kebaruannya, inovasi dibedakan menjadi empat macam, yakni: inovasi inkremental, inovasi arsitektural, inovasi modular dan inovasi radikal.²⁸

- 1) Inovasi inkremental adalah inovasi dengan cara meningkatkan komponen yang sudah ada. Dengan kata lain bahwa inovasi inkremental menekankan pada peningkatan bukan perubahan. Contohnya: layanan yang sudah ada terus ditingkatkan kualitasnya.
- 2) Inovasi radikal adalah inovasi dengan melakukan perubahan secara keseluruhan baik komponen maupun sistem yang ada. Inovasi secara radikal jarang ditemukan di lapangan.²⁹
- 3) Inovasi modular adalah inovasi dengan melakukan perubahan pada komponen, namun sistem yang digunakan tetap.

²⁸R.M. Henderson and K.B. Clark, *Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms*, *Administrative Science Quarterly* 35, 1990, pp9-30, 03.53.

²⁹R. Rothwell, *The role of small firms in the emergence of new technologies*, in Freeman, C. (ed.) *Design, Innovation and Long Cycles in Economic Development*, Frances Pinter, London, 1986 pp231-248, Pk.11.55.

- 4) Inovasi arsitekstur adalah inovasi dengan melakukan perubahan pada sistem yang sudah ada dengan cara baru dan meningkatkan komponen yang ada di dalamnya tanpa harus merubahnya.

		Components/ core concepts	
		Reinforced	Overturned
System/ linkages	Unchanged	Incremental Innovation	Modular Innovation
	Changed	Architectural Innovation	Radical Innovation

Gambar 2. 1
Tipologi inovasi diadopsi dari teori Henderson Clark³⁰

Berdasarkan asal pembentukannya, inovasi dibagi menjadi dua, yakni; inovasi *top-down* dan inovasi *button-up*.³¹ Inovasi *top-down* adalah sebuah pembaharuan yang berasal dari atasan ke bawahan. Atasan yang dimaksud di lembaga pendidikan itu bisa dari kemenag/kemendikbud ataupun pimpinan kepala sekolah/madrasah. Sedangkan inovasi *button-up* adalah inovasi yang berumber dari bawah ke atas. Itu artinya bahwa inovasi di lembaga pendidikan dapat dimunculkan oleh orang – orang yang di bawahnya kepala sekolah seperti para waka, guru dan siswa.

³⁰Henderson, R.M. and Clark, K.B. (Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms, *Administrative Science Quarterly*, 35 pp9-30, 1990. Diakses dari dimetic.dime-eu.org/dimetic.../HendersonClarkASQ1990.pdf, Rabu, 25 Mei 2016. 09.09.

³¹ <http://sumut.kemenag.go.id/file/file/TULISANPENGAJAR/iobk1365439568.pdf>, Rabu, 23 Maret 2016, Pk. 06.13.

c. Difusi dan Diseminasi Inovasi

Sebuah inovasi adalah sebuah gagasan, metode, tindakan, produk, dan atau jasa yang dianggap baru oleh para pengadopsinya.³²

“an innovation is an idea, practice, or object that is perceived as new by an individual or other unit of adoption. It matters little, so far as human behavior is concerned, whether or not an idea is ‘objectively’ new as measured by lapse of time since its first use or discovery. The perceived newness of the idea for the individual determines his or her reaction to it if the idea seems to be new to the individual, it is an innovation.”

Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.³³ Inovasi yang telah dicetuskan perlu untuk disebar luaskan/dikomunikasikan. Komunikasi merupakan proses pengiriman pesan dari pemberi informasi/pesan kepada penerima informasi/pesan dengan menggunakan saluran komunikasi. Dalam penyebaran inovasi dapat dilakukan secara difusi dan atau diseminasi.

Difusi inovasi adalah adalah proses untuk mengkomunikasikan inovasi melalui sarana komunikasi pada kurun waktu tertentu dalam sistem sosial.³⁴ Itu artinya bahwa difusi merupakan proses

³² Sa’ud, *Inovasi ...*, 4.

³³ UU Republik Indonesia No 18 tahun 2002, *Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan teknologi*

³⁴ Ahmed H. Tolba dan Maha Mourad, *Individual and Cultural Factor affecting Diffusion of Innovation*, *Journal International Business and Cultural Studies*, diakses dari www.aabri.com/manuscripts/11806.pdf, Minggu, 1 Mei 2016, Pk. 08.55.

mengkomunikasikan sebuah ide/gagasan dan atau metode yang dianggap baru dengan tujuan untuk melakukan pembaharuan. Difusi inovasi adalah proses mengkomunikasikan inovasi secara langsung/spontan. Difusi inovasi dibagi menjadi dua macam, yakni difusi sentralisasi (kapan dimulainya inovasi, penilai, saluran komunikasi yang digunakan terkait proses difusi dilakukan oleh pemimpin) dan difusi desentralisasi (proses difusi yang dilakukan oleh masyarakat bekerjasama dengan beberapa orang yang telah menerima inovasi).

Diseminasi adalah proses penyebarluasan inovasi yang direncanakan, diarahkan dan dikelola.³⁵ Itu artinya bahwa diseminasi dilakukan dengan perencanaan yang matang. Namun, diseminasi sendiri terkadang datang setelah terjadi difusi inovasi.

Menurut Rogers sebagaimana dikutip oleh Sa'ud dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: suatu inovasi, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial.³⁶

- 1) Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.

³⁵ Sa'ud, *Inovasi...*, 29.

³⁶ *Ibid.*, 29-33.

- 2) Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada orang lain/penerima. Saluran komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan kuantitas penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak umum dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi untuk penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
- 3) Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya inovasi yang ada. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.
- 4) Sistem sosial (warga masyarakat) merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Anggota sistem sosial dapat individu, kelompok informal, organisasi dan sub sistem yang lain. Itu artinya bahwa proses

penyebaran inovasi tidak selalu berjalan lancar karena adanya perbedaan latar belakang dan sistem sosial yang berlaku.

Dari sini kita ketahui bahwa difusi inovasi merupakan mekanisme untuk mengkomunikasikan inovasi kepada para pengadopsi yang akan menerapkan inovasi dengan menggunakan saluran komunikasi yang tepat.

d. **Proses Putusan Inovasi**

Inovasi adalah hal baru yang memerlukan proses dalam pengaplikasiannya. Artinya bahwa tidak semua inovasi dapat secara langsung diterima/diadopsi oleh kalayak umum. Inovasi perlu dikomunikasikan terlebih dahulu, kemudian proses putusan inovasi, yakni proses seseorang/individu menerima atau menolak suatu inovasi. Menurut Rogers sebagaimana dikutip oleh Sa'ud bahwa proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi.³⁷

³⁷Sa'ud, *Inovasi...*, 35 – 43.

Mekanisme terkait pengambilan keputusan inovasi terdiri atas lima tahap, yaitu:³⁸ pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasion*), keputusan (*decision*), pelaksanaan (*implementation*), dan konfirmasi (*confirmation*).

1) Tahap pengetahuan.

Dalam tahap ini, seseorang belum memiliki informasi yang lengkap mengenai inovasi. Oleh karena itu, inovasi perlu disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Hal ini diharapkan para calon adaptor mengetahui informasi yang lengkap terkait inovasi tersebut.

2) Tahap persuasi.

Pada tahap ini individu tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi secara detail mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna/*adaptor*. Dalam tahap ini akan muncul rasa menyenangkan atau tidak senang terhadap inovasi, dimana rasa senang atau tidak senang tersebut dipengaruhi oleh karakteristik inovasi itu sendiri, seperti: (1) kelebihan inovasi, (2) tingkat keserasian, (3) kompleksitas, (4) dapat dicoba dan (5) dapat dilihat.

³⁸*Ibid.*, 35 - 43

3) Tahap pengambilan keputusan.

Setelah mengalami tahan persuasi yang menimbulkan rasa senang atau tidak senang terhadap inovasi, calon pengadopsi inovasi akan mengali tahap pengambilan keputusan inovasi. Pada tahap ini individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan/kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi tersebut. Ada dua macam penolakan inovasi, yakni: (a) penolakan aktif yaitu penolakan inovasi setelah melakukan melalui proses mempertimbangkan untuk menerima atau mencoba inovasi terlebih dahulu dan (b) penolakan pasif yakni penolakan inovasi tanpa pertimbangan sama sekali.³⁹

4) Tahap implementasi.

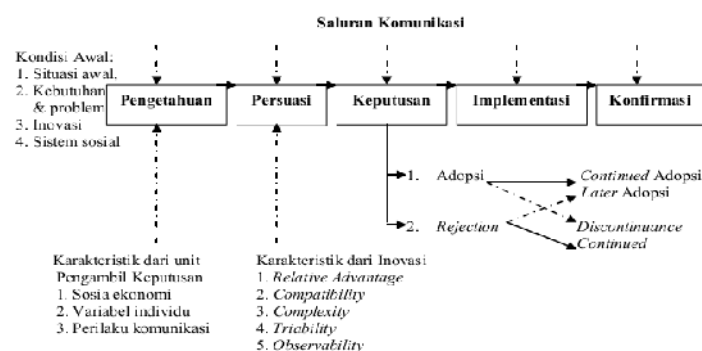
Pada tahap implentasi, pengadopsi mulai mengadopsi inovasi tersebut. Pengguna inovasi akan menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu. Tahap ini merupakan tahap dimana pengadopsi akan mengambil keputusan untuk mengadopsinya terus menerus hingga menjadi sebuah rutinitas atau hanya diimplentasikan sementara waktu.

³⁹ Sa'ud, *Inovasi...*, 39.

5) Tahap konfirmasi.

Setelah sebuah keputusan dibuat, seseorang kemudian akan mencari penguatan terhadap keputusan mereka. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak jadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi atau malah sebaliknya, yang awalnya menerima kemudian berhenti/menolak inovasi dengan alasan – alasan tertentu.

Gambar 2.2 Model tahap – tahap dalam difusi inovasi M. Ronger's⁴⁰



e. Tipe Keputusan Inovasi

Sementara itu, ada beberapa tipe keputusan inovasi:⁴¹

- 1) Keputusan inovasi opsional, yakni pemilihan menerima atau menolak inovasi berdasarkan keputusan individu tanpa tergantung atau terpengaruh dorongan individu lain.
- 2) Keputusan inovasi kolektif, merupakan kebalikan dari keputusan inovasi opsional, yang artinya bahwa pemilihan penerimaan atau

⁴⁰Ahmed H. Tolba dan Maha Mourad, *Individual and Cultural Factor affecting Diffusion of Innovation*, *Journal International Business and Cultural Studies*, diakses dari www.aabri.com/manuscripts/11806.pdf, Minggu, 1 Mei 2016, Pk. 08.55.

⁴¹Sa'ud, *Inovasi...*, 41 - 44.

penolakan terhadap inovasi merupakan hasil kesepakatan bersama.

- 3) Keputusan inovasi otoritas, merupakan pemilihan menerima atau menolak inovasi berdasarkan yang dibuat oleh seseorang yang memiliki kedudukan dan wewenang yang lebih tinggi dari anggota lainnya.
- 4) Keputusan inovasi kontingensi, yakni pemilihan menerima atau menolak suatu inovasi, setelah ada putusan inovasi yang mendahuluinya.

f. Faktor yang mempengaruhi cepat dan lambatnya penerimaan/adopsi inovasi

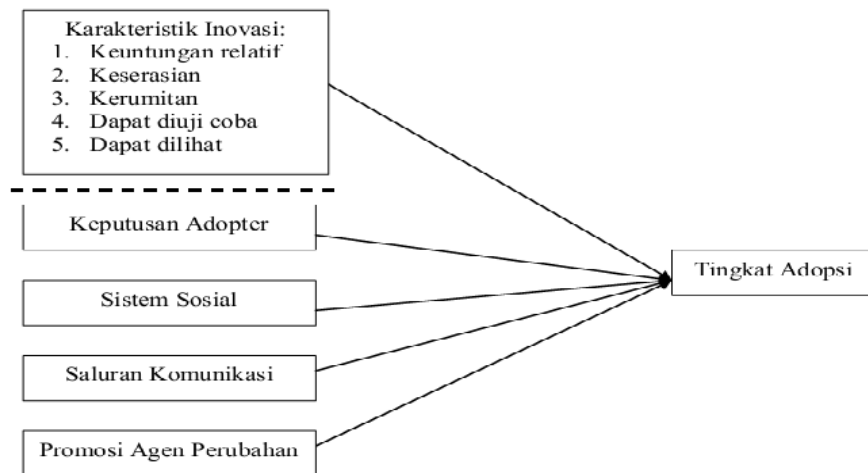
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi cepat dan lambatnya penerimaan inovasi oleh masyarakat yang ada di dalam pendidikan/lembaga pendidikan, yakni:⁴²

- 1) Keuntungan relatif, sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Seorang adaptor inovasi akan berfikir tentang keuntungan terhadap diri/komunitasnya jika mengadopsi inovasi tersebut. hal ini dapat diukur berdasarkan nilai ekonomisnya dan kepuasan.
- 2) Kompatibel, tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu dan kebutuhan penerima. Inovasi akan cepat diterima oleh para adaptornya jika hal tersebut dianggap dapat memenuhi tujuannya serta sesuai dengan norma yang ada.

⁴²*Ibid.*, 2 - 28.

- 3) Kompleksitas, yakni tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi. Semakin mudah inovasi tersebut untuk ditelapkan/diadopsi, maka semakin cepat pula penerimaan terhadap inovasi tersebut.
- 4) Trialabilitas, yaitu dapat dicoba atau tidaknya hasil suatu inovasi. Inovasi akan cepat diterima jika hal tersebut mudah untuk dilakukan oleh para penerima inovasi/ pengadopsi.
- 5) Observabilitas, yakni mudah tidaknya suatu hasil inovasi dapat dilihat. Itu artinya, bahwa hasil dari inovasi tersebut dapat diamati atau diketahui dengan mudah.

Gambar 2. 3
Faktor yang mempengaruhi tingkat adopsi dari teori Rogers



Menurut Zaltman, Duncan dan Holbek sebagaimana dikutip oleh Sa'ud, cepat lamatnya penerimaan inovasi dipengaruhi oleh atribut inovasi itu sendiri. Atribut tersebut antara lain:⁴³

- 1) Pembiayaan, semakin besar biaya yang diperlukan untuk berinovasi maka semakin sulit proses penerapannya.
- 2) Balik modal, khusus untuk dunia bisnis. Inovasi akan mudah diterima manakala menghasilkan keuntungan.
- 3) Efisiensi, inovasi dapat diterima dengan cepat jika pelaksanaannya menghemat waktu.
- 4) Resiko dari ketidakpastian, inovasi dengan resiko yang kecil akan mudah diterima oleh pengadopsinya.
- 5) Mudah dikomunikasikan, dalam artian mudah disosialisasikan dan dipahami.
- 6) Kompatibilitas, cepat lamatnya penerimaan inovasi dipengaruhi oleh kesesuaian antara inovasi dengan nilai – nilai yang ada di masyarakat/komunitas penerima inovasi.
- 7) Kompleksitas, inovasi yang dapat mudah diimplementasikan oleh penerima inovasi maka semakin cepat diterima.
- 8) Dapat dilihat manfaatnya
- 9) Hubungan interpersonal, hubungan antar individu akan terjadi proses mempengaruhi untuk menerima inovasi.

⁴³ Sa'ud, *Inovasi...*, 22 – 24.

10) Penyuluhan inovasi, adanya tim yang diberi tanggung jawab untuk menyebar luaskan inovasi.

Adapun faktor yang sering menyebabkan penolakan inovasi dalam lembaga pendidikan adalah:⁴⁴

- 1) Guru tidak dilibatkan dalam proses perencanaan, penetapan dan bahkan penerapan inovasi tersebut, sehingga ide baru atau inovasi tersebut dianggap bukan miliknya dan tidak sesuai dengan keinginan atau kondisi yang ada sehingga menolak inovasi tersebut.
- 2) Guru tidak ingin direpotkan dengan sistem baru. mereka ingin mempertahankan sistem atau metode yang mereka lakukan sampai sekarang yang dirasa mudah.
- 3) Inovasi yang dibuat orang lain terutama dari pusat (khususnya Depdiknas) belum sepenuhnya melihat kebutuhan dan kondisi yang dialami oleh penerima inovasi (sekolah/madrasah)
- 4) Inovasi yang diperkenalkan dan dilaksanakan yang berasal dari pusat merupakan kecendrungan sebuah proyek dimana segala sesuatunya ditentukan oleh pencipta inovasi dari pusat.
- 5) Pemaksaan penerapan inovasi oleh pusat yang tidak sesuai dengan keinginan penerima inovasi di lembaga pendidikan.

Dalam melaksanakan inovasi, ada beberapa hal yang harus di perhatikan:⁴⁵

⁴⁴ <http://sumut.kemendiknas.go.id>, diakses pada hari Minggu, 1 Mei 2016, Pk. 08.08.

- 1) Inovasi dimulai dari hal sederhana dan jangan puas kepada sesuatu yang telah dihasilkan serta terus ditingkatkan.
- 2) Hindari perasaan “paling” dan diganti dengan rasa penuh syukur.
- 3) Mulai dari apa yang ada, bukan sesuatu yang diada - ada apalagi mengharapkan sesuatu yang diluar jangkauan.
- 4) keberanian untuk bertindak mengambil langkah
- 5) Konsep inovasi harus efektif dan membawa hasil yang maksimal.
- 6) Kualitas berada di atas kuantitas. Dengan kata lain, bahwa mutu adalah fokus utama.
- 7) penguasaan terhadap komunikasi bahasa mutlak diperlukan pada era globalisasi.

g. Strategi Inovasi

Inovasi adalah sebuah gagasan, metode, tindakan, produk, dan atau jasa yang dianggap baru oleh individu ataupun kelompok pengadopsi untuk diterapkan.⁴⁶ Untuk menerapkan inovasi tersebut tentu perlu menggunakan strategi yang tepat sehingga inovasi tersebut dapat diaplikasikan ke lapangan. Ada empat macam strategi yang dapat diterapkan di dalam inovasi, yakni:⁴⁷

⁴⁵Imam Suprayogo, Pendidikan Islam: Antara cinta dan fakta, Tiara Wacana, Yogyakarta, 1991, hal 14 - 16

⁴⁶M. Rogers, *Diffusion of ...*, 11.

⁴⁷Sa'ud, *Inovasi...*, 62 – 69.

1) Strategi fasilitatif (*faciliatative strategy*)

Strategi fasilitatif merupakan sebuah strategi terkait penyediaan fasilitas dengan maksud agar program inovasi tersebut dapat terlaksana dengan mudah dan lancar. Strategi ini hendaknya disertai dengan program untuk menimbulkan kesadaran terhadap klien (adaptor) terkait pengadaan fasilitas dan tujuan dari pengadaan tersebut.

2) Strategi pendidikan (*re-educative strategy*)

Strategi ini merupakan sebuah strategi dengan memberikan penjelasan terkait inovasi kepada para klien (adaptor) inovasi tersebut. Pemberian fakta terkait inovasi yang akan diberikan kepada adaptornya akan membantu para penerima inovasi untuk melakukan tindakan selanjutnya.

3) Strategi bujukan (*persuasive strategy*)

Strategi bujukan merupakan suatu strategi dengan cara membujuk para klien (adaptor) agar menerima inovasi. Strategi ini biasanya digunakan dalam proses pengampilan keputusan untuk menerima atau menolak inovasi. Strategi bujukan juga dianggap sebagai pemberian harapan kepada para penerima inovasi. Jika harapan – harapan tersebut tidak dapat direalisasikan maka akan berakibat ketidakpuasan penerima inovasi yang perujung pada penolakan inovasi.

4) Strategi paksaan

Strategi paksaan digunakan ketika penguasa/pimpinan menghendaki seluruh komponen dibawahnya menerima inovasi yang ada. Itu artinya bahwa inovasi yang dibuat oleh atasan harus diterima oleh seluruh jajaran yang ada dibawahnya.

2. Kepala Sekolah

Kepala sekolah/madrasah adalah pemimpin sekaligus manajer dalam lembaga pendidikan. Kepala sekolah/madrasah merupakan pengelola dengan fungsi eksekutif dan kepemimpinan, sehingga perlu meluruskan kemampuan internalnya dalam merespon berbagai kebutuhan yang mendesak dari lingkungannya.⁴⁸ Itu artinya bahwa, seorang kepala sekolah/madrasah seharusnya peka terhadap perubahan dan tuntutan lingkungan sehingga mampu melahirkan ide – ide yang cemerlang yang dituangkan ke dalam program kerjanya sehingga memunculkan inovasi dalam lembaga pendidikan yang dikelolanya.

Seorang kepala sekolah/madrasah adalah seorang pemimpin, seorang manajer dan seorang penggerak yang memiliki tanggung jawab yang sangat besar dalam kemajuan lembaga yang dipimpinnya.

“A principle prepare to take the important step of devolving responsibility and authority to others within the organization, providing the parameters for successful completion of tasks and trusting people to fulfill their roles with professionalism. A school may have outstanding facilities and the most sought after curriculum offerings but if the quality of the relationships between

⁴⁸Rohiat, *Kecerdasan Emosional Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Bandung: PT Rafita Aditama, 2008), 2.

all members of the community is poor, it will impact on the academic program”.⁴⁹

Seorang pemimpin harus mampu menggerakkan seluruh SDM yang ada di lembaganya dengan cara memberi wewenang, mempercayai dan memberi memotivasi serta meningkatkan keakraban dalam lembaga yang berdampak terhadap program yang ada di lembaganya. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa maju mundurnya suatu lembaga pendidikan dipengaruhi oleh kepala sekolah/madrasah. Oleh karena itu, seorang kepala sekolah/madrasah harus memenuhi kualifikasi sesuai dengan Permendiknas No. 13 tahun 2007 tentang standart kepala sekolah/madrasah.

Salah satu kualifikasi khusus seorang kepala sekolah adalah memiliki kompetensi – kompetensi yang meliputi; kompetensi kepribadian, manajerial, kewirausahaan, supervisi dan sosial. Seorang kepala sekolah/madrasah harus memiliki kompetensi kewirausahaan dimana seorang kepala sekolah/madrasah dituntut untuk mampu menciptakan inovasi yang berguna bagi pengembangan sekolah/madrasah dan berusaha keras untuk mencapai sekolah/madrasah sebagai organisasi pendidikan yang efektif. Inovasi yang terus menerus dilakukan akan membuat sekolah/madrasah mampu berkembang dan beradaptasi seiring perkembangan zaman.

⁴⁹ Bruce M. Robinson dkk, *Leadership in Creating the Outstanding School: A Paradigm Shift in Style and Practice, International Journal of Innovation, Creativity and Change. Volume 2, Issue 2, November 2015*. Diakses dari www.ijcc.net, Minggu, 1 Mei 2016, Pk. 08.45.

Adapun karakteristik kepala madrasah yang memiliki jiwa wirausaha adalah sebagai berikut:⁵⁰

- a. Percaya diri, kepala madrasah yang percaya diri memiliki sifat optimis, memiliki keyakinan yang kuat, mandiri.
- b. Berorientasi tugas dan hasil, kepala madrasah yang memiliki jiwa wirausaha berpusat pada prestasi, berorientasi pada mutu, tekad, kerja keras, energik, inisiatif dan memiliki motivasi tinggi.
- c. Memiliki kemampuan sebagai pemimpin
- d. Keorisinilan, terwujud dalam inovasi kreativitas, fleksibel, mengetahui banyak dan multi talenta.
- e. Berjiwa visioner yang mampu memandang ke depan.

Inovasi yang tercipta dalam dunia pendidikan tidak serta merta diciptakan dan diadopsi. Ada beberapa kriteria didalam inovasi pendidikan, yakni harus bersifat konstruktif, kreatif, Intergratif, pragmatis, keteladanan, adaptabel dan fleksibel.⁵¹ Oleh karena itu, seorang kepala sekolah/madrasah yang inovatif perlu memiliki pemikiran yang bersifat konstruktif, kreatif, Intergratif, pragmatis, keteladanan, adaptabel dan fleksibel juga. Adapun proses berfikir kreatif kepala sekolah/madrasah adalah sebagai berikut:⁵²

- a. Akumulasi pengetahuan, kesuksesan kreatifitas yang dimiliki kepala sekolah/madrasah berkaitan erat dengan pengalaman dan pencarian

⁵⁰ Prim Masrokan Mutohar, *Manajemen Mutu Sekolah: Strategi Peningkatan Mutu dan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam*, (Jogjakarka: Ar-Ruzz Media, 2013),

⁵¹ Kajian Bappenas, *Rancang Bangun Peningkatan Daya saing SDM Indonesia*, vol.8, No. 2, 2011, diakses pada Jumat, 29 April 2016, Pk. 16.00.

⁵² Mutohar, *Manajemen...*, 204 – 210.

yang dilakukan. Kepala sekolah/madrasah hendaknya berkeinginan untuk terus belajar baik mengikuti pelatihan, seminar/workshop, pertemuan – pertemuan profesional dan bersosialisasi dengan orang – orang yang ada disekitarnya.

- b. Proses Inkuibasi, pemunculan kreatifitas dengan cara melihat secara langsung proses kegiatan yang dilakukan sekolah/madrasah lain, misal: melakukan studi banding.
- c. Menciptakan gagasan/ide baru
- d. Implementasi dan evaluasi, ide yang telah ditemukan lalu diterapkan di lembaganya dan dilakukan evaluasi untuk mengetahui kendala, dan pencapaian tujuan.

Disamping inovatif, kepala sekolah/madrasah hendaknya menjadi seorang kepala sekolah/madrasah yang efektif. Adapun indikator seorang pemimpin yang efektif adalah sebagai berikut,⁵³

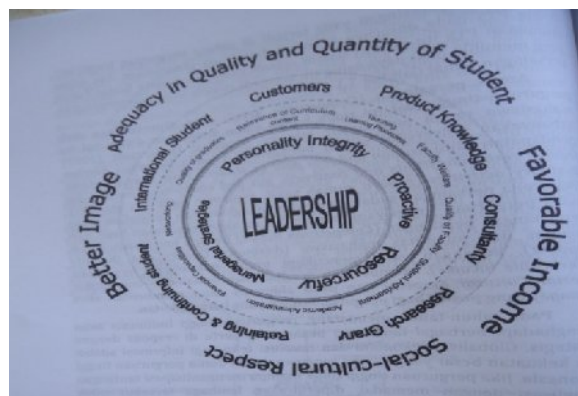
- a. Memiliki visi yang jelas yang dijabarkan kedalam tujuan sekolah.
- b. Memiliki instruksional kepemimpinan yang bagus
- c. Memiliki kemampuan *problem – solving* yang artinya memiliki tingkat kepekaan yang tinggi terhadap situasi yang membingungkan dan mengatasinya dengan mengambil keputusan yang tepat.
- d. Memiliki keterampilan sosial yang berarti ramah dan tidak dibuat – buat, menghargai para bawahan dan memiliki kemauan untuk bekerjasama.

⁵³Gary A. Davis dan Margaret A. Thomas, *Effective School and Effective Teachers*, (United State of America ; Allyn and Bacon, 1989), 28 – 34.

- e. Profesional dan berkompentensi. Seorang kepala sekolah hendaknya profesional dalam menjalankan kepemimpinannya dan sekaligus berkompentensi sebagai seorang pemimpin dan manajer.

Sementara itu, menurut Gupta sebagaimana dikutip oleh Alma, dalam mendukung daya saing lembaga pendidikan hendaknya seorang pemimpin;⁵⁴

- (1) Memiliki dua tipe kepemimpinan, yakni sebagai status *leader* dan *official leader*. Status leader berarti diterima oleh semua anggota dan *official leader* dimana seorang kepala/pimpinan lembaga pendidikan harus bersifat *fatherly* yang mampu mengayomi warganya
- (2) Memiliki kemampuan dalam memberikan kewenangan dan delegasi kepada staff
- (3) Memiliki perhatian yang tinggi kepada staff
- (4) Mampu menciptakan atmosfer kepuasan kerja



Gambar 2.4 Kepemimpinan sebagai pusat kekuatan dalam meningkatkan daya saing sekolah³⁷

⁵⁴ Buchari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Cet. Ke II (Bandung: Alfabeta, 2009), 98.

Leadership sebagai *primary forces* yang meliputi aspek: *personality integrity; proactive; resourceful; dan managerial strategies*. Itu artinya bahwa seorang kepala sekolah/madrasah adalah pusat kekuatan yang hendaknya memiliki integritas personalitas yang baik, aktif dengan kata lain tanggap, berfikiran luas dan kreatif serta memiliki strategi manajerial yang bagus. Seluruh aspek kepemimpinan tersebut akan mengoptimalkan kekuatan daya saing (*competitiveness Strengths*) yang terdiri variabel-variabel *relevance of curriculum content; teaching learning processes; faculty welfare; quality of faculty members; student advisement; academic administration; financial capabilities; networking; dan quality of graduates*. Wilayah yang dihadapi oleh lembaga pendidikan disebut dengan area kompetisi (*competition areas*) yang meliputi aspek: *customers; product knowledge; consultancy; research grant; retaining and continuing student; dan international student*. Hasil akhir dari semua ini akan menghasilkan variabel hasil kompetisi (*competition result*) meliputi aspek; kualitas dan kuantitas siswa (*adequacy in quality and quantity of student*), pendapatan yang bagus (*favorable income*), nilai yang tinggi (*social-cultural respect*), dan pencitraan yang baik (*better image*) di masyarakat.

3. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya saing merukan aspek yang tidak asing lagi bagi kita. Aspek yang selalu muncul dalam dunia bisnis (*profit oriented*) seperti

perusahaan maupun organisasi non bisnis (*non profit oriented bussiness*) seperti lembaga pendidikan formal. Lembaga pendidikan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Seiring dengan bertambahnya jumlah lembaga pendidikan baik yang berstatus negeri maupun swasta yang ada di masyarakat kita tersebut memunculkan sebuah persaingan. Ituberarti bahwa tidak memiliki daya saing itu artinya tidak memiliki keunggulan/kelebihan, dan tidak unggul berarti tidak dapat eksis di dalam pasar persaingan dalam jangka panjang. Persaingan merupakan inti dari sukses atau gagalnya suatu organisasi.⁵⁵ Persaingan antar lembaga pendidikan dapat menjadi peluang bagi lembaga tersebut untuk terus berkembang dan sebaliknya persaingan tersebut dapat membuat lembaga pendidikan menjadi gagal untuk mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

Daya saing merupakan sebuah frase yang terdiri atas dua kata, yakni; daya dan saing yang berarti kemampuan makhluk hidup untuk dapat tumbuh (berkembang) secara normal di antara makhluk hidup lainnya sebagai pesaing dalam satu habitat (dalam satu bidang usaha dan sebagainya).⁵⁶ Daya saing adalah kemampuan untuk bersaing di pasar.⁵⁷ Daya saing sekolah/madrasah adalah kemampuan yang dimiliki oleh sekolah/madrasah untuk memikat para *customernya* sehingga

⁵⁵ <http://www.provenmodels.com/577/image>, diakses pada hari Senin 29 Februari 2016, Pk.13.55.

⁵⁶ <http://kamus.cektkp.com/daya-saing/>, diakses pada hari Rabu, 13 April 2016, Pk.00.25.

⁵⁷ Kajian Bappenas, *Rancang Bangun Peningkatan Daya saing SDM Indonesia*, vol.8, No. 2, 2011, diakses dari perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file...%20SDM%20dan%20 Kebudayaan, Jumat, 29 April 2016, Pk. 16.00.

diminati oleh masyarakat dan pihak – pihak yang berkepentingan dalam pendidikan.

b. Faktor - faktor yang mempengaruhi daya saing lembaga pendidikan

Ada beberapa faktor yang berkaitan erat dengan kuat lemahnya daya saing yang ada di lembaga pendidikan. Menurut Ham & Haydun sebagaimana dikutip oleh Alma, ada tiga faktor utama yang mempengaruhi daya saing lembaga pendidikan, yakni; (1) kualitas layanan (*service quality*), (2) kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan (3) kesadaran diri (*behavioral intentions*).⁵⁸ Kualitas pelayanan menurut Bitner & Hubbert sebagaimana dikutip oleh Min Kil Kim dkk;

*“service quality has been defined as the consumer’s overall impression of the relative inferiority/superiority of the organization and its service. The service quality depends on; (a) tangibles (e.g., physical facilities, equipment, and appearance); (b) reliability (e.g., ability to perform the promised service); (c) responsiveness (e.g., willingness to help clients); (d) assurance (e.g., knowledge, competence, and courtesy of employees); and (e) empathy (e.g., caring, access, communication, and understanding).”*⁵⁹

Jika ditarik dalam dunia pendidikan, maka kepuasan pelayanan dipengaruhi oleh; fasilitas yang tersedia di sekolah/madrasah, komitmen kepala madrasah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan terkait mutu, kesediaan untuk membantu para pelanggan pendidikan,

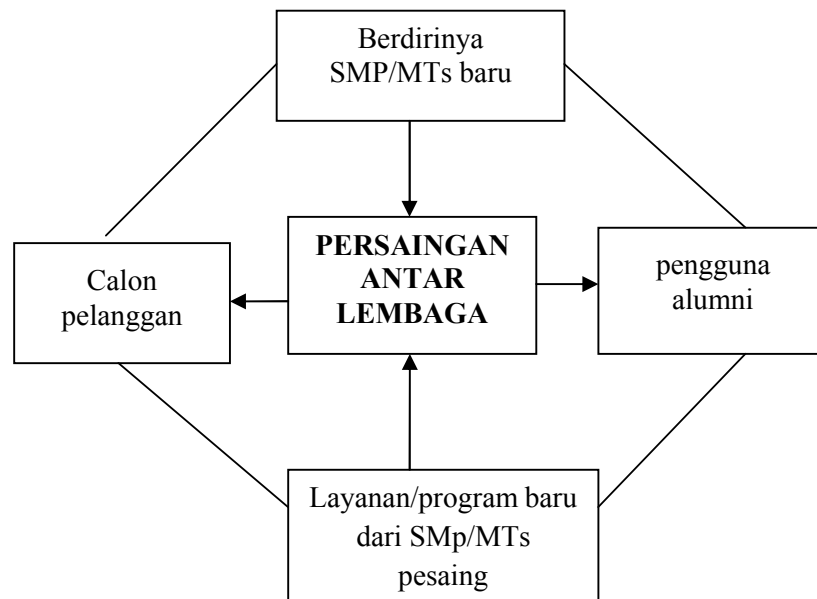
⁵⁸ Alma, *Manajemen Corporate ...*, 99.

⁵⁹ Min Kil Kim dkk, *Service Quality and Satisfaction Perspectives at the 2011 International Amateur Athletic Federation (IAAF) World Championship, Journal of Research*, Volume 8, issue 2. Diakses dari files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1034025.pdf, Minggu 8 Mei 2016, pk 09.00.

profesionalisme kepala madrasah, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, serta perhatian yang tinggi terhadap pelanggan pendidikan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh sekolah/madrasah kepada para pelanggannya (siswa khususnya) akan membuat siswa tersebut merasa nyaman, dihargai dan diperhatikan. Perasaan yang dirasakan oleh para siswa membuat siswa menjadi puas. Sedangkan kesadaran diri yang dapat meningkatkan daya saing sekolah/madrasah adalah kesadatan untuk terus melakukan peningkatan mutu.

Pendapat lain terkait komponen yang mempengaruhi kuatnya daya saing lembaga pendidikan adalah produktivitasnya/outputnya.⁶⁰ Sekolah/madrasah yang memiliki daya saing tinggi adalah sekolah yang laku di pasar dimana kualitas outputnya diminati pasar (lembaga pendidikan di atasnya/perusahaan/masyarakat). Dengan kata lain, bahwa produktivitas dianggap sebagai ujung tombak dalam peningkatan daya saing organisasi. Bertitik tolak dari konsep persaingan industri oleh M. Porter, daya saing dipengaruhi oleh beberapa elemen yang digambarkan dalam model diaman.

⁶⁰Kajian Bappenas, *Rancang Bangun Peningkatan Daya saing SDM Indonesia*, vol.8, No. 2, 2011, diakses dari perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file...%20SDM%20dan%20Kebudayaan, Jumat, 29 April 2016, Pk. 16.00.



Gambar 2.5, diadopsi dari teori diamond M. Porter⁶¹

Munculnya sekolah/madrasah baru dan program/layanan baru yang dibuat oleh lembaga pendidikan yang tingkat akan mendorong timbulnya persaingan. Itu artinya bahwa hanya sekolah yang bermutu dan sesuai keinginan pelangganlah yang nantinya akan diminati di pasar. Disamping itu keberadaan alumni juga menjadi tolak ukur daya saing lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan alumni merupakan output dari pendidikan yang dijadikan salah satu tolak ukur sekolah bermutu.⁶²

Selanjutnya, hal penting yang perlu dipahami dan dikuasai oleh para kompetitor, baik kompetitor bisnis maupun kompetitor pendidikan,

⁶¹ <http://www.provenmodels.com/577/image>, diakses pada hari Senin 29 Februari 2016, Pk.13.55.

⁶² Barnawi & Mohammad Arifin, *Branded School: Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, (Jakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 57.

antara lain; memiliki keunggulan jati diri dalam menghadapi persaingan, yakni sebagai berikut:⁶³

- a. Memiliki visi, misi, tujuan, program, dan strategi yang jelas dan terukur.
- b. Memiliki badan riset untuk melakukan pengkajian kritis tentang masalah, potensi/kekuatan, kecenderungan ke depan, dan sebagainya untuk melakukan langkah antisipatif guna mengatasi kecenderungan masa depan.
- c. Memiliki strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan ruang dan waktu, serta memahami strategi yang diterapkan oleh pihak lain. Menguasai sumber-sumber informasi strategis, sehingga sebelum orang lain tahu, ia telah menguasai data, masalah, dan arah persaingan.
- d. Menguasai lapangan persaingan, perbekalan, teknologi, dan strategi bersaing.
- e. Mengetahui secara pasti posisi lembaga yang dipimpinnya; apakah berada di segmen bawah, menengah, atau atas.
- f. Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan yang didasarkan pada nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.⁶⁴

⁶³Mulyasana, *Pendidikan Bermutu...*, 186-187

⁶⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 295.

C. Penelitian Terdahulu

Dalam subbab ini, penulis memaparkan gambaran singkat mengenai penelitian sejenis yang pernah dilakukan sebelumnya, baik yang membahas mengenai inovasi atau membahas tentang daya saing. Penelitian – penelitian tersebut diantaranya:

1. Penelitian oleh Alfred Otara berjudul “*Innovation: A Strategy for Survival of Education Organizations*” Fakultas Pendidikan Kigali, Rwanda, 2012.⁶⁵
2. Penelitian oleh Engkos Achmad Kuncoro dengan judul “ *Leadership sebagai Primary Forces dalam Meningkatkan Daya Saing Perguruan Tinggi*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bina Nusantara University Jakarta Barat, 2011.⁶⁶
3. Penelitian oleh Damon Clark, yang berjudul “*The Performance and Competitive Effect of School Autonomy*”, University of Florida, 2009.⁶⁷
4. Penelitian oleh Kurniaty dkk yang berjudul “ *Analysis Of Competitive Advantage Through Private High Education Service Quality And Differentiation*” Program Doktor, Universitas Hasanudin, 2015.⁶⁸

⁶⁵ Alfred Otara, *Innovation: A Strategy for Survival of Education Organizations*, Jurnal International Volume 2 No. 9; September 2012, diakses dari www.ajjernet.com/journals/Vol2No9September./20.pdf, Minggu, 29 Februari 2016, Pk. 23.00.

⁶⁶ Engkos Ahmad Kuncoro, *Leadership sebagai Primary Forces dalam Meningkatkan Daya Saing Perguruan Tinggi*, *Binus Business Review* Vol. 2 No. 1 Mei 2011: 14-30, diakses dari research-dashboard.binus.ac.id/.../Vol...%201%20May%202011/02%20-%20MN%20, Senin, 4 April 2016, Pk. 05.53.

⁶⁷ Damon Clarck, *The Performance and Competitive Effect of School Autonomy*, *Journal of Political Economy* volume 117, No.17 tahun 2009, diakses dari faculty.smu.edu/millimet/classes/eco7377/papers/clark.pdf, Senin, 4 April 2016, Pk. 04.33.

⁶⁸ Kurniaty dkk “ *Analysis Of Competitive Advantage Through Private High Education Service Quality And Differentiation*”, *International Journal of Research In Social Sciences* July. 2015.

5. Penelitian oleh Ismail Sahin yang berjudul “*Detail Review of Roger’s Diffusion of Innovation Theory and Educational Technology-Related Studies Based on Roger’s Theory*”, Universitas Negeri Iowa, 2006.⁶⁹
6. Penelitian oleh Detelin S. Elenkov dkk yang berjudul “*Strategic Leadership and Executive Innovation Influence: An International Multi-Cluster Comparative Study*”, University of Tennessee, Knoxville, Tennessee, U.S.A.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Peneliti	Rumusan/fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1.	<i>Innovation: A Strategy for Survival of Education Organizations</i>	bagaimana lembaga pendidikan memahami dan memprioritaskan inovasi?	Penelitian lapang dengan pendekatan kualitatif	Inovasi digunakan untuk meningkatkan efisiensi, pengurangan biaya, dan peningkatan aksesibilitas merupakan upaya ampuh untuk mencapai tujuan dan keberlangsungan lembaga pendidikan. Lemahnya struktur pendukung, kurangnya proses konsultatif, kurangnya pendekatan secara holistik serta tidak adanya evaluasi dan perbaikan

No.	Judul Peneliti	Rumusan/fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
				akan merusak proses penerapan inovasi di lembaga pendidikan
2.	<i>Leadership sebagai Primary Forces dalam Meningkatkan Daya Saing Perguruan Tinggi</i>	Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap daya saing perguruan tinggi di Indonesia	<i>Library research</i>	aspek kepemimpinan (<i>leadership</i>) sebagai <i>driving force</i> untuk menggerakkan kekuatan daya saing (<i>competitiveness strengths</i>) perguruan tinggi dalam rangka memenangkan area persaingan (<i>competition areas</i>) sehingga dapat memperoleh hasil persaingan (<i>competition result</i>) sesuai yang diharapkan baik dari segi kecukupan kualitas dan kuantitas mahasiswa, pendapatan yang layak, penghormatan sosial dan budaya terhadap organisasi dan citra yang baik.
3.	<i>The Performance and Competitive Effect of School Autonomy</i>	<i>How is the impact of grant-maintained GM in reform the process of the school competitiveness?</i>	Studi lapang, <i>regression discontinue</i>	kebijakan pemerintah untuk memberikan izin kepada sekolah umum untuk melakukan otomoni sekolah menunjukkan adanya peningkatan yang

No.	Judul Peneliti	Rumusan/fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
				signifikan terkait daya saing sekolah dimana sekolah sekolah tersebut mampu memenuhi standart pasar bahkan tingkat internasional.
4.	<i>Analysis Of Competitive Advantage Through Private High Education Service Quality And Differentiation</i>	(1) bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keuntungan kompetitif di sekolah swasta Makasar? (2) Apa perbedaan pengaruh terhadap keuntungan kompetitif di sekolah negeri Makasar?	Penelitian lapang dengan pendekatan kuantitatif	(1) Kualitas pelayanan memberi pengaruh terhadap keuntungan kompetitif di universitas swasta di Makasar yang berdampak kepada peningkatan jumlah siswa baru dari tahun ke tahun. (2) Hasil penelitian membuktikan bahwa universitas swasta memiliki perbedaan di lingkup konten, konteks, dan sarana prasaranan, yang mana memiliki pengaruh kuat dan positif terhadap keuntungan kompetitif di sekolah swasta.

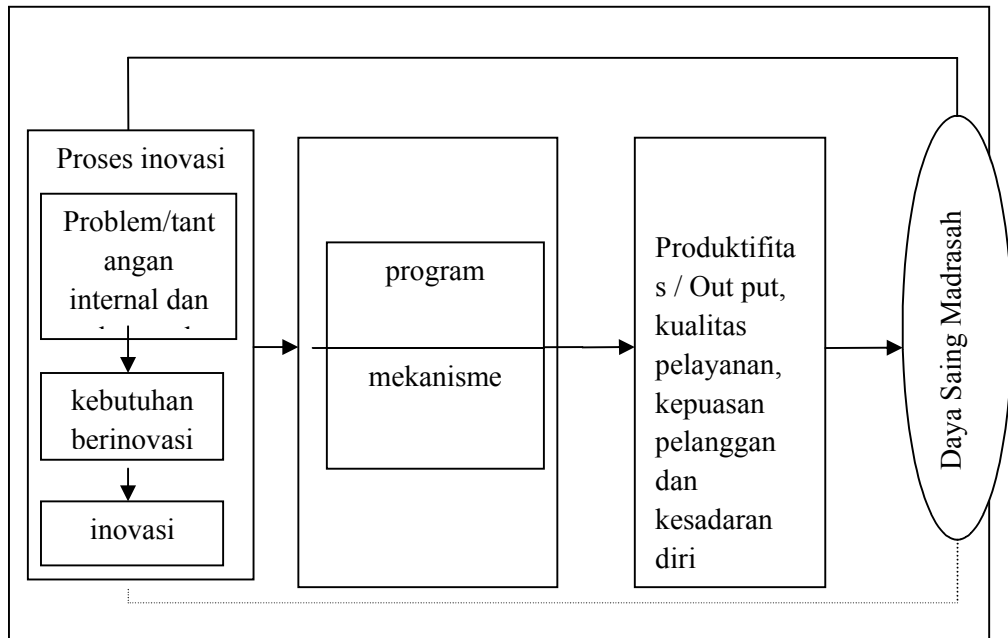
No.	Judul Peneliti	Rumusan/fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
5.	<i>Detail Review of Roger's Diffusion of Innovation Theory and Educational Technology-Related Studies Based on Roger's Theory</i>	<i>To know the diffusion innovation in learning technology</i>	<i>Library Research</i>	pembelajaran dan training terkait teknologi yang ada dimasyarakat merupakan proses difusi inovasi terhadap inovasi pendidikan berbasis teknologi.
6.	<i>Strategic Leadership and Executive Innovation Influence: An International Multi-Cluster Comparative Study</i>	Bagaimana hubungan antara strategi kepemimpinan dengan pengaruh inovasi eksekutif dan moderasi tim manajemen atas (TMT)?	Studi lapang antar negara dengan pendekatan kuantitatif	Strategi kepemimpinan memiliki hubungan dengan proses inovasi eksekutif . TMT mempengaruhi sikap kepemimpinan dan inovasi eksekutif yang berpengaruh terhadap produk, pasar dan inovasi administrasi. Swedangkan sosio-kultur memiliki juga berpengaruh terhadap inovasi administrasi tetapi tidak berpengaruh terhadap produk dan pasar.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terkait penelitian terdahulu diketahui bahwa penelitian terdahulu fokus kepada pemahaman inovasi, difusi inovasi dan daya saing organisasi. Penelitian yang terkait tentang Inovasi Kepala Madrasah masih belum dilakukan. Disamping itu, tidak dapat dipungkiri bahwa penerapan Inovasi Kepala Madrasah oleh lembaga

pendidikan akan membuat lembaga tersebut terus eksis dan berdaya saing daya saing , memiliki kemampuan untuk berkembang sekaligus mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan sosial dan tuntutan global yang sangat cepat. Mengingat betapa pentingnya Inovasi Kepala Madrasah dalam dunia pendidikan, maka penelitian yang berjudul “Inovasi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Multi Situs di MTsN Tulungagung dan MTsN Kunir)” penting untuk dilakukan dan dikaji lebih mendalam.

D. Paradigma Penelitian

Tabel 2.2 diadopsi dari teori difusi Roger ⁷⁰



Skema paradigma penelitian di atas menggambarkan bahwa dalam penelitian yang berjudul “Inovasi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan

⁷⁰ Sa'ud, *Inovasi...*, 36.

Daya Saing Madrasah (Studi Multi Situs di MTsN Tulungagung dan MTsN Kunir)” ini bertujuan untuk menggali informasi tentang program kepala madrasah dalam berinovasi serta mekanisme yang dilakukan dalam mengkomunikasikan inovasi yang telah terprogram tersebut kepada warga madrasah di MTsN Tulungagung dan MTsN Kunir dan untuk mengetahui dampak inovasi terhadap peningkatan daya saing MTsN Tulungagung dan MTsN Kunir.

Inovasi kepala madrasah adalah ide/gagasan, metode yang dianggap baru yang dimunculkan sebagai upaya untuk mengatasi problem – problem yang ada atau digunakan sebagai upaya memperbaiki program yang telah ada di madrasah sehingga mampu meningkatkan daya saing madrasah. Inovasi tersebut kemudian disusun ke dalam program kepala madrasah secara jelas.

Inovasi yang berupa ide atau metode yang telah dirancang kedalam program kepala madrasah, kemudian akan dikomunikasikan melalui saluran komunikasi yang sesuai kepada warga madrasah. Adapun proses pengkomunikasian tersebut dalam teori Roger disebut sebagai difusi inovasi. Ada beberapa tahap yang ada di dalam difusi inovasi yakni, dimulai dari proses mengetahui adanya inovasi kemudian persuasi (bujukan agar bersedia menerima inovasi), proses pengambilan keputusan (menerima atau menolak inovasi), implementasi dan konfirmasi. Selanjutnya, inovasi tersebut akan diteliti dampaknya terhadap daya saing sekolah. Dan untuk mengetahui dampak inovasi terhadap daya saing madrasah, maka peneliti menggali data terkait kuantitas calon peserta baru dua tahun terakhir dan beberapa alasan

dari calon maupun peserta didik yang masuk ke MTsN Tulungagung dan atau MTsN Kunir, pernyataan dari beberapa peserta didik/alumni selaku klient madrasah (output madrasah) terkait kepuasan mereka terhadap pelayanan yang diterima di kedua tempat penelitian tersebut, serta kualitas peserta didik yang dilihat dari data prestasi dua tahun terakhir.