BAB II

STUDI PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yang akan dipaparkan dalam bagian ini adalah mengenai konsep-konsep teori yang mendasari dan berhubungan dengan penelitian ini. Konsep-konsep tersebut adalah konsep manajemen pendidikan, konsep perpustakaan, konsep manajemen sumber daya manusia dan konsep inovasi.

1. Konsep Manajemen Pendidikan

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai konsep manajemen sumber daya manusia, mulai dari defenisi, objek, tujuan, manfaat dan fungsi dari manajemen pendidikan.

a. Defenisi Manajemen Pendidikan

Manajemen pendidikan merupakan salah satu cabang ilmu sosial yang pada intinya adalah mempelajari tentang prilaku manusia yang kegiatannya sebagai subjek dan objek. Secara filosofis, perilaku manusia terbentuk oleh interaksi antar manusia, iklim organisasi (konteks organisasi), dan sistem. Ketiga interaksi tersebut baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama saling berinteraksi pula dengan lingkungan eksternalnya.

Beberapa ahli menggunakan istilah yang berbeda dalam pemakaian kata administrasi pendidikan dan manajemen pendidikan, tetapi ketika ditinjau pengertiannya hampir mirip. Walaupun pada dasarnya kedua istilah tersebut tidak sama persis. Suhardan dan Suharto (2014:12) dalam hal ini mereka memakai istilah administrasi pendidikan yaitu ilmu yang membahas pendidikan dari sudut pandang kerjasama dalam proses mencapai tujuan pendidikan. Manajemen pendidikan menurut Pidarta (1999:47) yaitu aktifitas memadukan sumber-sumber pendidikan agar terpusat dalam usaha mencapai tujuan pendidikan yang telah ditentukan sebelumnya.

Tilaar (2002:44), berpendapat bahwa manajemen pendidikan adalah mobilisasi segala sumber daya pendidikan untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Satori (2016:6) memberikan pengertian manajemen pendidikan sebagai keseluruhan proses kerja sama dengan memanfaatkan semua sumber personil dan materi yang tersedia dan sesuai untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Menurut Sulistyorini (2001:62), manajemen pendidikan adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berupa proses pengelolaan usaha kerjasama sekelompok manusia yang tergabung dalam organisasi pendidikan, untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya agar lebih efektif dan efisien.

Manusia (manajer atau administrator) dimanapun berada tidak terlepas dari wadah melakukan kegiatan yang disebut organisasi (lembaga pendidikan baik formal, nonformal, maupun informal) Organisasi tidak akan

ada tanpa ada manusianya. Manusia dalam organisasi tidak luput dari sistem yang dibuatnya sendiri (misal Sisdiknas).

Dilihat dari pengertian manajemen dan pengertian pendidikan diatas, maka kita dapat mendefinisikan manajemen pendidikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam mengelola sumber daya yang berupa *man, money, materials, method, machines, market, minute* dan *information* untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien dalam bidang pendidikan.

b. Objek Manajemen Pendidikan

Menurut Satori (2016:18), objek atau sumber daya yang menjadi kajian dalam manajemen pendidikan ada tujuh, yaitu *man* atau manusia, *money* atau uang, *materials* atau bahan materi, *methods* atau pengelolaan metode, *machines* atau pengelolaan mesin, *market* atau pasar dan *minutes* atau waktu.

Man atau manusia adalah unsur terpenting yang perlu dikelola dalam manajemen pendidikan, pengelolaan yang biasa dilakukan misalnya dengan mengorganisasikan manusia dengan melihat apa yang menjadi keahlian orang tersebut (Satori, 2016:19).

Money atau uang dimaksudkan untuk mengelola pemdanaan atau pembiayaan secara efisien sehingga tidak terjadi pemborosan dalam suatu lembaga pendidikan (Satori, 2016:19).

Materials atau bahan materi merupakan aspek yang tidak kalah penting dalam manajemen pendidikan, melalui pengelolaan material maka

bisa terbentuk kurikulum yang berisi panduan dasar untuk mentransfer ilmu dari pengajar ke pembelajar (Satori, 2016:19).

Methods atau pengelolaan metode juga harus dilakukan dengan baik, metode yang digunakan untuk mengajar guru di sekolah satu dengan guru di sekolah lain tidak sama karena tergantung pada kesiapan siswa yang diajar (Satori, 2016:20).

Machines atau pengelolaan mesin bertujuan untuk dapat mengelola mesin yang digunakan untuk mendukung proses belajar mengajar supaya dapat digunakan sebaik mungkin dan tidak cepat mengalami kerusakan, untuk orang yang mengelola mesin biasanya harus orang yang benar-benar tau cara merawat mesin tersebut dengan baik (Satori, 2016:20).

Market atau pasar adalah salah satu kunci yang menentukan sekolah atau lembaga pendidikan tersebut menjadi lembaga pendidikan yang besar atau kecil, pasar yang dimaksud adalah masyarakat secara luas, sasaran yang dituju adalah masyarakat yang berniat menyekolahkan putra putri mereka (Satori, 2016:20).

Minutes atau waktu perlu dikelola dengan baik karena waktu belajar peserta didik di sekolah sangat terbatas, sehingga perlu pengelolaan yang baik supaya waktu belajar mengajar menjadi lebih efisien (Satori, 2016:21).

c. Tujuan dan Manfaat Manajemen Pendidikan

Selanjutnya Satori (2016:38), menyatakan bahwa manajemen pendidikan bertujuan untuk efisien dalam menggunakan sumber daya, efektif dalam pencapaian tujuan, bermuara pada tujuan pendidikan dan

mendukung kegiatan pendidikan dalam upaya mencapai tujuan pendidikan.

Dengan mempelajari manajemen pendidikan dengan baik, diharapkan seseorang dapat mengelola sumber daya secara efisien.Dengan mempelajari manajemen pendidikan secara berkesinambungan dan secara sungguh-sungguh, diharapkan seseorang dapat mengefektifkanproses dan sumber daya yang dikelola untuk mencapai tujuan dengan optimal (Satori, 2016:39).

Tujuan manajemen pendidikan tidak akan lepas dari tujuan pendidikan nasional, yaitu bertujuan untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab (Satori, 2016:40).

Manajemen pendidikan juga mendukung dan memfasilitasi kegiatan pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan pendidikan yang didukung dengan manajemen pendidikan yang baik, akan mendapatkan hasil yang baik sehingga tujuan pendidikan yang ditargetkan dapat tercapai (Satori, 2016:40).

Menurut Shrode dan Voich (1974:66), tujuan utama manajemen adalah produktifitas dan kepuasan. Mungkin saja tujuan ini tidak tunggal, bahkan jamak. Seperti peningkatan mutu pendidikan atau kelulusannya,

keuntungan yang tinggi, pemenuhan kesempatan kerja, pembangunan daerah atau nasional, dan tanggung jawab sosial. Tujuan-tujuan ini ditentukan berdasarkan penataan dan pengkajian terhadap situasi dan kondisi organisasi, seperti kekuatan dan kelemahan, peluang, serta ancaman.

Sementara manfaat dari manajemen pendidikan menurut Satori (2016:45) adalah untuk menciptakan suasana belajar yang bermutu dan menyenangkan dan yang lebih penting lagi adalah dapat menciptakan peserta didik belajar cara belajar (*learning how to learn*) yang terbaik bagi dirinya, meningkatkan kompetensi manajemen pendidikan bagi pendidik sehingga lebih professional, menghemat sumberdaya dengan hasil memuaskan dan mendapatkan tenaga kependidikan yang profesional.

d. Fungsi Manajemen Pendidikan

Fungsi manajemen pendidikan adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan pendidikan untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Dalam Manajemen terdapat fungsi-fungsi manajemen yang terkait erat di dalamnya. Menurut Terry (2006:56), fungsi manajemen ada empat yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pelaksanaan (*actuating*) dan fungsi pengendalian (*controlling*). Menurut Stoner (1996:52), fungsi manajemen ada tujuh yaitu fungsi fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengaturan

anggota (*staffing*), fungsi pengarahan (*directing*), fungsi koordinasi (*coordinating*), fungsi pelaporan (*reporting*) dan fungsi pencapaian tujuan (*budgeting*).

Pada umumnya ada empat fungsi manajemen yang banyak dikenal masyarakat yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pelaksanaan (*actuating*) dan fungsi pengendalian (*controlling*). Untuk fungsi pengorganisasian terdapat pula fungsi *staffing* (pembentukan staf). Para manajer dalam organisasi perusahaan bisnis diharapkan mampu menguasai semua fungsi manajemen yang ada untuk mendapatkan hasil manajemen yang maksimal (Terry, 2006:63).

Perencanaan (*planning)* adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Perencanaan juga dapat didefinisikan sebagai prosespenyusunan tujuan dan sasaran organisasi serta penyusunan “peta kerja” yang memperlihatkan cara pencapaian tujuan dan sasaran tersebut (Terry, 2006:64).

Pengorganisasian (*organizing*) dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas yang telah dibagi-bagi. Pengorganisasian adalah proses penghimpunan SDM, modal dan peralatan, dengan cara yang paling efektif untuk mencapai tujuan upaya pemaduan sumber daya (Terry, 2006:65).

Pelaksanaan (*actuating*) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha. Pelaksanaan adalah proses penggerakan orang-orang untuk melakukan kegiatan pencapaian tujuan sehingga terwujud efisiensi proses dan efektivitas hasil kerja (Terry, 2006:66).

Pengendalian (*controlling*) adalah suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan,diorganisasikan dan diimplementasikan dapat berjalan sesuai dengan target yang pendidikan yang dihadapi. Pengendalian dapat didefinisikan sebagai proses pemberian balikan dan tindak lanjut pembandingan antara hasil yang dicapai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tindakan penyesuaian apabila terdapat penyimpangan (Terry, 2006:67).

e. Ruang Lingkup Manajemen Pendidikan

Tilaar (2002:75), menyatakan bahwa ruang lingkup dari manajemen pendidikan dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu: (1) Menurut wilayah kerja, ruang lingkupnya meliputi : manajemen seluruh negara, manajemen satu propinsi, manajemen satu unit kerja, dan manajemen kelas. (2) Menurut objek garapan, ruang lingkupnya meliputi : manajemen siswa, manajemen ketenaga pendidikan, manajemen sarana-prasarana, manajemen tata laksana pendidikan, manajemen pembiayaan dan manajemen humas.

(3) Menurut fungsi kegiatan, ruang lingkupnya meliputi: rencana, organisasi, pengarahan, koordinasi, komunikasi, pengawasan dan evaluasi.

Ada pula yang melihat ruang lingkup dari manajemen pendidikan berdasarkan substansi yang menjadi garapan manajemen pendidikan sebagai proses atau disebut fungsi administrasi yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengarahan, pengawasan dan pengendalian (Sulistyorini 2001:77).

Perencanaan merupakan suatu proses yang meliputi upaya yang dijalankan guna mengantisipasi adanya kecenderungan di masa mendatang dan penentuan sebuah strategi maupun taktik yang tepat guna merealisasikan tujuan dan target organisasi (Sulistyorini 2001:77).

Pengorganisasian merupakan suatu proses yang meliputi bagaimaan taktik serta strategi yang sudah dirumuskan pada saat tahap perencanaan digambarkan pada sebuah strukturr organisasi yang tangguh, sesuai, dan lingkungan yang kondusif serta bisa memberikan kepastian bahwa pihak pihak yang ada didalam organisasi bisa bekerja secara efisien dan efektif untuk pencapaian tujuan yang ditetapkan (Sulistyorini 2001:78).

Pelaksanaan meliputi kegiatan motivasi, kepemimpinan, pengambilan keputusan, komunikasi, koordinasi. Pengarahan adalah tahap dimana prorgram diimplementasikan suapaya bisa dilakukan oleh semua pihak dalam sebuah organisasi dan juga proses memotivasi supaya pihak pihak tersebut bisa melaksanakan tanggung jawab dengan kesadaran penuh dan tingkat produktifitas yang sangat tinggi (Sulistyorini 2001:78).

Pengendalian adalah proses yang dijalankan guna rangkaian aktivitas aktivitas kegiatan yang sudah direncanakan, diorganisasikan serta diimplemantasikan dipastikan berjalan dengan semestinya sesuai target yang telah diharapkan walaupun ada beberapa perubahan yang terjadi didalam lingkungan yang dihadapi (Sulistyorini 2001:79).

Salah satu bidang pengelolaan dalam manajemen pendidikan adalah pengelolaan perpustakaan sebagai sumber dan pintu ilmu, konsep mengenai perpustakaan akan dibahas di bagian selanjutnya.

2. Konsep Perpustakaan

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai konsep manajemen perpustakaan, mulai dari defenisi perpustakaan, tujuan perpustakaan dan fungsi perpustakaan.

a. Defenisi Perpustakaan

Pada dasarnya semua perpustakaan merupakan suatu instansi yang memiliki proses kerja sama, yaitu memberikan pelayanan informasi kepada pengguna. Namun demikian dalam perkembangannya setiap jenis perpustakaan memiliki definisi dan kriteria tertentu yang membedakannya dengan perpustakaan lain. Perpustakaan perguruan tinggi merupakan salah satu jenis dari sekian banyak jenis perpustakaan yang telah dikategorikan.

Definisi perpustakaan perguruan tinggi menurut adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya Basuki (1991:51),

maupun lembaga yang berfaliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat).

Selain itu, menurut Noerhayati (1987:1), perpustakaan perguruan tinggi adalah suatu unit kerja yang merupakan bagian integral dari suatu lembaga induknya yang bersama-sama unit lainnya tetapi dalam peranan yang berbeda, bertugas membantu perguruan tinggi yang bersangkutan melaksanakan Tri Dharmanya. Sejalan dengan pernyataan di atas, Qalyubi (2007:10), menyatakan bahwa perpustakaan perguruan tinggi merupakan suatu unit pelaksana teknis (UPT) perguruan tinggi yang bersama-sama dengan unit lain turut melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan cara memilih, menghimpun, mengolah, merawat, dan melayankan sumber informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi yang berfungsi menyediakan dan menyebarluaskan informasi guna membantu perguruan tinggi tersebut mencapai tujuannya yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat).

b. Tujuan Perpustakaan

Tujuan perpustakaan perguruan tinggi harus sejalan dengan tujuan perguruan tingginya. Sebagai unsur penunjang perguruan tinggi dalam

mencapai visi dan misinya, maka perpustakaan perguruan tinggi memiliki tujuan. Menurut Noerhayati (1987:2), tujuan diselenggarakannya perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk mendukung, memperlancar serta mempertinggi kualitas pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi melalui pelayanan informasi yang meliputi aspek-aspek pengumpulan informasi, pengolahan informasi, pemanfaatan informasi, dan penyebarluasan informasi.

Selaras dengan pernyataan di atas, menurut pendapat Basuki (1993:52), tujuan perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi, lazimnya staf pengajar dan mahasiswa. Sering pula mencakup tenaga kerja administrasi perguruan tinggi, untuk menyediakan bahan pustaka (referensi) pada semua tingkatan akademis, artinya mulai dari mahasiswa tahun pertama hingga ke mahasiswa pasca sarjana dan pengajar, untuk menyediakan ruangan belajar bagi pengguna perpustakaan, untuk menyediakan jasa peminjaman yang tepat guna bagi berbagai jenis pengguna dan untuk menyediakan jasa informasi aktif yang tidak saja terbatas pada lingkungan perguruan tinggi juga lembaga industri lokal.

Menurut Qalyubi (2007:11), tujuan perpustakaan perguruan tinggi yaitu untuk: (1) memenuhi keperluan informasi pelajar dan mahasiswa, (2) menyediakan bahan pustaka rujukan pada semua tingkat akademis, (3) menyediakan ruangan untuk pengguna, (4) menyediakan jasa peminjaman dan menyediakan jasa informasi aktif bagi pengguna.

Perpustakaan perguruan tinggi yang berada di perguruan tinggi tentunya mempunyai tujuan yang lebih khusus dari tujuan perguruan tingginya. Secara umum tujuan perpustakaan tinggi adalah memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi yaitu mahasiswa, dosen, staf administrasi dan masyarakat luar yang ingin mencari informasi, yaitu dengan menyediakan ruang baca dan belajar untuk pengguna perpustakaan, menyediakan proses pinjam buku dan sebagai sarana informasi bagi seluruh pengguna perpustakaan perguruan tinggi (Qalyubi, 2007:23).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya tujuan penyelenggaraan perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk mendukung kinerja dari perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan dengan menyediakan sumber-sumber informasi ilmiah bagi masyarakat perguruan tinggi tersebut agar pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi berjalan dengan lancar dan semakin berkualitas.

c. Fungsi Perpustakaan

Supaya tujuannya dapat terlaksana, perpustakaan perguruan tinggi harus menjalankan fungsinya dengan baik. Pada prinsipnya fungsi utama perpustakaan perguruan tinggi adalah menunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Menurut Basuki (1991:107), fungsi utama perpustakaan perguruan tinggi antara lain: (1) fungsi edukatif, perpustakaan membantu mengembangkan potensi mahasiswa dengan sistem pembelajaran yang terdapat dalam kurikulum pendidikan, (2) fungsi informasi, perpustakaan membantu mahasiswa dalam memperoleh informasi sebanyak-banyaknya melalui penelusuran informasi yang ada di perpustakaan, (3) menunjang kegiatan penelitian, dalam hal ini perpustakaan menyediakan sejumlah informasi yang diperlukan agar proses penelitian dosen, mahasiswa, dan staf non edukatif dapat dilakukan berdasar datadata yang diperoleh dari perpustakaan, (4) sebagai tempat rekreasi atau hiburan, mahasiswa dapat mengandalkan perpustakaan untuk mengurangi ketegangan setelah lelah belajar dengan bahan bacaan ringan dan menghiburkan yang ada di perpustakaan.

Dalam Buku Pedoman Perpustakaan Perguruan Tinggi (Depdiknas, 2004:3), perpustakaan perguruan tinggi memiliki berbagai fungsi yaitu fungsi edukasi, fungsi informasi, fungsi riset, fungsi rekreasi, fungsi publikasi, fungsi deposit dan fungsi publikasi.

Fungsi edukasi perpustakaan, merupakan sumber belajar para sivitas akademika, oleh karena itu koleksi yang disediakan adalah koleksi yang mendukung pencapaian tujuan pembelajaran, pengorganisasian bahan pembelajaran setiap program studi, koleksi tentang strategi belajar mengajar dan materi pendukung pelaksanaan evaluasi pembelajaran Depdiknas, 2004:3).

Fungsi informasi perpustakaan, merupakan sumber informasi yang mudah diakses oleh pencari dan pengguna informasi. Fungsi riset perpustakaan, mempersiapkan bahan-bahan primer dan sekunder yang paling mutakhir sebagai bahan untuk melakukan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Koleksi pendukung penelitian di perpustakaan perguruan tinggi mutlak dimiliki karena tugas perguruan tinggi adalah menghasilkan karya-karya penelitian yang dapat diaplikasikan untuk kepentingan pembangunan masyarakat dalam berbagai bidang Depdiknas, 2004:4).

Fungsi rekreasi perpustakaan, harus menyediakan koleksi rekreatif yang bermakna untuk membangun dan mengembangkan kreativitas, minat, dan daya inovasi pengguna perpustakaan. Fungsi publikasi perpustakaan, selayaknya juga membantu melakukan publikasi karya yang dihasilkan oleh warga perguruan tinggi yakni sivitas akademika dan staf nonakademik. Fungsi deposit perpustakaan, menjadi pusat deposit untuk seluruh karya dan pengetahuan yang dihasilkan oleh warga perguruan tingginya. Fungsi interpretasi perpustakaan, sudah seharusnya melakkan kajian dan memberikan nilai tambah terhadap sumber-sumber informasi yang dimilikinya untuk membantu pengguna dalam melakukan dharmanya Depdiknas, 2004:5).

Selain fungsi yang telah disebutkan di atas terdapat beberapa fungsi mengenai perpustakaan perguruan tinggi seperti yang dikemukakan oleh Noerhayati (1987:53), yang membagi fungsi tersebut menjadi dua bagian yaitu ditinjau dari segi proses pelayanannya berfungsi sebagai pusat

pengumpulan informasi, pusat pelestarian informasi, pusat pengelolaan informasi, pusat pemanfaatan informasi dan pusat penyebarluasan informasi dan ditinjau dari segi program kegiatan perguruan tinggi berfungsi sebagai pusat pelayanan informasi untuk program pendidikan dan pengajaran, program penelitian dan program pengabdian masyarakat. Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa fungsi perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk menunjang dan mendukung proses pendidikan yang berlangsung di suatu perguruan tinggi, memperlancar dan menyukseskan Tri Dharma Perguruan Tinggi, serta meningkatkan kualitas pendidikan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berada pada lingkungan perguruan tinggi, sekolah tinggi, akademi atau sekolah tinggi lainnya yang pada hakikatnya merupakan bagian integral dari suatu perguruan tinggi. Perpustakaan perguruan tinggi memilih, mengolah, mengoleksi, merawat, dan melayankan koleksi yang dimilikinya kepada para warga lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya (Noerhayati, 1987:59).

Proses pendidikan di perguruan tinggi tidak terlepas dari kegiatan penelitian dan pengembangan, inovasi, serta rekayasa ilmu pengetahuan. Sehingga perpustakaan perguruan tinggi sering dikatakan “jantungnya” Universitas. Khusus perpustakaan perguruan tinggi ini berkembang istilah lain yaitu, *college library*, kurang lebih disertakan dengan perpustakaan akademi.

Qalyubi (2007:57) menyatakan bahwa sebagai bagian dari institusi perguruan tinggi, perpustakaan diselenggarakan dengan tujuan untuk menunjang pelaksanaan program perguruan tinggi sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat

Dalam menunjang pendidikan dan pengajaran maka perpustakaan perguruan tinggi bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, menyajikan dan menyebarluaskan informasi untuk mahasiswa dan dosen sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Dalam menunjang penelitian maka kegiatan perpustakaan perguruan tinggi adalah mengumpulkan, mengolah, menyimpan, menyajikan dan menyebarluaskan informasi bagi peneliti baik intern institusi atau ekstern di luar institusi. Dalam menunjang pengabdian kepada masyarakat maka perpustakaan perguruan tinggi melakukan kegiatan dengan mengumpulkan, mengolah, menyimpan, menyajikan dan menyebarluaskan informasi bagi masyarakat (Qalyubi, 2007:66).

Berdasarkan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya tujuan daripada perpustakaan perguruan tinggi adalah mendukung kinerja dari perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan dengan menyediakan sumber-sumber informasi ilmiah di perpustakaan tersebut dan selalu melayani penggunanya yakni mahasiswa selama menjalankan pendidikan di perguruan tinggi yang bersangkutan. Agar tujuannya dapat terlaksana, perpustakaan perguruan tinggi harus menjalankan fungsinya dengan baik

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan pada dasarnya sangat penting keberadaannya sebagai penyedia informasi bagi penggunanya. Tentu saja dengan keberadaan Perpustakaan Perguruan Tinggi tentu sangat penting perannya di sebuah Perguruan Tinggi. Dimana civitas akademikanya tidak hanya mahasiswa, tetapi dosen, dan juga karyawan disebuah instansi tersebut. Oleh karena itu diharapkan perpustakaan perpustakaan Perguruan Tinggi lainnya dapat menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana fungsi perpustakaan perguruan tinggi.

3. Konsep Inovasi

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai konsep inovasi, mulai dari defenisi inovasi, tujuan dan manfaat inovasi, ciri dan karakteristik inovasi, jenis inovasi hingga proses dan tahapan inovasi.

a. Defenisi Inovasi

Kreativitas dan inovasi di tempat kerja adalah proses, hasil, dan produk dari upaya untuk mengembangkan dan memperkenalkan cara-cara baru dan lebih baik dalam melakukan sesuatu. Tahap kreativitas dalam proses ini mengacu pada penciptaan ide, dan inovasi mengacu pada tahap penerapan gagasan berikutnya menuju prosedur, praktik, atau produk yang lebih baik. Kreativitas dan inovasi dapat terjadi pada tingkat individu, tim kerja, organisasi, atau pada lebih dari satu tingkat ini digabungkan tetapi akan selalu menghasilkan manfaat yang dapat diidentifikasi pada satu atau lebih dari tingkat analisis ini.

Pengertian inovasi itu sendiri adalah suatu ide, barang, kejadian, metode, yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invention maupun diskoveri (Udin, 2010:3).

Menurut Makmur dan Thahier (2015:9), inovasi berasal dari Bahasa Inggris *innovation* yang berarti perubahan sehingga inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia dalam menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output, serta dapat memberi manfaat dalam kehidupan manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input diartikan sebagai pola-pola pemikiran atau ide manusia yang disumbangkan pada temuan terbaru. Untuk inovasi yang berkaitan dengan proses lebih banyak berorientasi pada metode, teknik, ataupun cara bekerja dalam rangka menghasilkan sesuatu yang baru. Inovasi yang berkaitan dengan output berdasarkan definisi tersebut ditunjukkan pada hasil yang telah dicapai terutama penggunaan pola pemikiran dan metode atau teknik kerja yang telah dilakukan. Ketiga elemen dalam inovasi tersebut sesungguhnya membentuk suatu kesatuan yang utuh.

Definisi inovasi sendiri berbeda-beda tergantung dari pendekatan yang digunakan. Menurut Drucker dalam Makmur dan Thahier (2015:44), inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Hal ini dapat dipresentasikan sebagai sebuah disiplin, pembelajaran, dan

dipraktekkan. Inovasi adalah perubahan metode atau teknologi bersifat positif yang berguna dan berangkat dari cara-cara yang sudah ada sebelumnya dalam melakukan sesuatu. Untuk inovasi sendiri terdiri dari dua tipe yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Proses inovasi adalah perubahan yang mempengaruhi cara output dalam produksi, sedangkan inovasi produk sendiri memiliki definisi sebaliknya yaitu inovasi produk adalah perubahan dalam output aktual baik itu barang maupun jasa itu sendiri (Bateman & Snell, 2009: 610).

Definisi dari inovasi sendiri meliputi mengenai pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah 'baru' di sini bukan berarti produk yang masih orisinal tetapi lebih mengarah pada *newness* (kebaruan). Arti kebaruan ini, mengartikan bahwa inovasi adalah mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu yang telah ada menjadi satu kombinasi yang baru. “Kebaruan” sendiri terkait dengan dimensi ruang dan waktu (Makmur dan Thahier, 2015:11).

“Kebaruan” terikat dengan dimensi ruang. Artinya, suatu produk atau jasa akan dipandang sebagai sesuatu yang baru di suatu tempat tetapi bukan barang baru lagi di tempat yang lain. Namun demikian, dimensi jarak ini telah dijembatani oleh kemajuan teknologi informasi yang sangat dahsyat sehingga dimensi jarak dipersempit. Implikasinya, ketika suatu penemuan baru diperkenalkan kepada suatu masyarakat tertentu, maka dalam waktu yang singkat, masyarakat dunia akan mengetahuinya. Dengan demikian “kebaruan” relatif lebih bersifat universal. “Kebaruan” terikat

dengan dimensi waktu yang artinya, kebaruan di jamannya (Makmur dan Thahier, 2015:13).

Istilah inovasi berorientasi pada pemikiran dan perbuatan manusia. Perubahan yang berhubungan dengan binatang, alam, angkasa, mesin, dan benda-benda lainnya tidak tepat dikatakan ungkapan inovasi, kecuali manusia yang layak diberikan julukan simbol berinovasi. Perubahan di sini terutama berhubungan dengan bentuk, warna, waktu dan sebagainya dimana proses perubahan berkembang secara alamiah. Berdasarkan argumentasi di atas, mengungkapkan bahwa perubahan dalam kebaruan tidak selamanya diindikasikan sebagai inovasi. Sesuatu dapat dikatakan sebagai inovasi apabila pembaruan yang terjadi karena proses pemikiran atau tindakan manusia dengan menggunakan atau memanfaatkan kemampuan sehingga menemukan sesuatu yang baru dalam kehidupan manusia (Makmur dan Thahier, 2015:17).

Inovasi organisasi telah secara konsisten didefinisikan sebagai adopsi suatu gagasan atau perilaku yang baru bagi organisasi (Damanpour 1984, 1991, Daft & Becker 1978, Hage 1980, Hage & Aiken 1970, Oerlemans et al 1998). Inovasi organisasi adalah usaha yang terkelola dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa baru, atau kegunaan baru dari produk dan jasa yang ada. Inovasi dalam organisasi dilakukan meliputi: tujuan, peran, struktur otoritas, aturan dan pola informal. Kemampuan organisasi untuk berinovasi adalah prasyarat untuk keberhasilan pemanfaatan sumber daya inventif dan teknologi baru. Dalam pengertian umum, istilah ‘inovasi organisasi’ mengacu pada penciptaan

atau adopsi ide atau perilaku baru untuk organisasi (Daft, 1978; Damanpour dan Evan, 1984; Damanpour, 1996). Literatur yang ada pada inovasi organisasi memang sangat beragam dan tidak terintegrasi dengan baik ke dalam kerangka teoritis yang koheren.

Inovasi adalah penciptaan kombinasi antara produk, teknologi,dan teknologi organisasi baru. Definisi ini menunjukkan bahwa ada tiga elemen kunci (Boer & During, 2001:44), yaitu:

1. Inovasi adalah sebuah proses dan harus dikelola seperti itu. Kegiatan utama dalam manajemen inovasi adalah: perumusan tujuan, merancang dan mengatur proses, memantau kemajuan dan, jika perlu, menyesuaikan tujuan, proses dan / atau organisasinya.
2. Hasilnya setidaknya ada satu elemen baru dalam kombinasi produk-teknologi, teknologi-organisasi perusahaan. Inovasi produk, misalnya, melibatkan pengembangan, produksi dan komersialisasi produk baru dan mungkin memerlukan pengembangan teknologi proses baru atau segmen pasar. Inovasi teknologi, yaitu pengembangan in-house dari teknologi proses baru, atau adopsi dan implementasi teknologi yang dikembangkan di tempat lain, biasanya juga memerlukan adaptasi organisasi, namun tidak perlu dikaitkan dengan produk baru atau pengembangan pasar baru.
3. Sejauh mana inovasi itu baru dapat berkisar dari inovasi langkah kecil dan bertahap, melalui inovasi sintetis, yaitu rekombinasi kreatif teknik, gagasan atau metode yang ada, inovasi inovasi kuantum yang terputus-putus, radikal.

Inovasi adalah suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi juga adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun mengelola sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal (Udin, 2010:14).

Inovasi merupakan jenis perubahan secara khusus. Inovasi adalah gagasan baru yang di terapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki produk, proses atau jasa. Jadi semua inovasi menyangkut pada perubahan, tapi tidak semua perubahan harus mencakup gagasan baru atau mendorong ke perbaikan yang mencolok (Robbins, 2007:20).

Dalam inovasi, banyak tantangan yang di hadapi organisasi yang sama dalam proses yang kreatif yang hadir, dan manajemen memainkan peranan penting. Kreatifitas juga merupakan sebuah proses untuk memunculkan ide di mana Inovasi adalah hasilnya, tapi kreativitas dan inovasi saling terkait (Gupta, 2007:8).

Berdasarkan pengertian di atas maka inovasi dalam organisasi adalah sesuatu hal yang baru yang berupa apapun yang terjadi di dalam sebuah organisasi formal maupun organisasi informal. Inovasi yang terjadi dalam sebuah organisasi merupakan proses kemajuan organisasi tersebut, namun berbagai hambatan dan rintangan akan terjadi saat inovasi itu mulai memasuki organisasi.

b. Tujuan Inovasi

Menurut Makmur dan Thahier (2015:26), tujuan inovasi secara umum adalah sesuatu bentuk kebutuhan yang ingin diwujudkan melalui kegiatan mengkontruksi pemikiran dengan diimplementasikan dalam tindakan nyata atau pekerjaan nyata untuk menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan yang diinginkan. Sedangkan tujuan inovasi secara spesifik

berdasarkan jenis profesi sebagai pengusaha adalah menciptakan suatu kondisi agar bidang usahanya dapat berkembang dengan baik.

Tujuan inovasi berdasarkan empat sisi pandang adalah (Makmur & Thahier, 2015:28):

1. Perspektif anggaran atau finansial, yaitu terus menerus mencari sebuah inovasi untuk menemukan cara baru dimana menggunakan anggaran yang relatif kecil, tetapi mendapatkan hasil yang banyak.
2. Perspektif pelanggan, yaitu semua elemen dalam perusahaan yang terus menerus berinovasi untuk mencari pelanggan yang banyak dan memberikan layanan yang terbaik.
3. Perspektif pengelolaan bisnis internal, yaitu secara realita bahwa setiap unsur manajemen harus memiliki inovasi untuk menciptakan suasana kondusif internal perusahaan.
4. Perspektif pertumbuhan atau perluasan bidang usaha.

Kuratko dan Hodgetts (1989:26) mengemukakan beberapa tujuan inovasi sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas. Adapun tujuan utama dari inovasi adalah untuk meningkatkan kualitas sesuatu, baik itu produk maupun jasa. Inovasi yang hadir dengan gagasan serta ide baru diharapkan mampu membuat suatu produk ataupun jasa pelayanan jauh lebih bernilai dan berkualitas dari sebelumnya.
2. Melebarkan jaringan. Dengan kebaruan yang dimiliki, diharapkan sebuah produk atau jasa dapat menjangkau lebih banyak pasar. Inovasi juga diharapkan mampu memperlebar sayap bisnis sebuah usaha. Seperti bisnis-bisnis *e-commerce* yang semakin berkembang luas saat ini. Jangkauan produk inovasi tentu juga akan semakin luas, sebab masyarakat menyukai sesuatu yang baru.
3. Dapat menciptakan pasar baru. Inovasi atas hasil sebuah produk atau jasa, akan dapat memberi kesempatan untuk membuka pasar yang baru. Peluang bagi hal-hal unik dan menarik, apalagi belum pernah ada sebelumnya tentu sangat terbuka lebar.
4. Menjadi pengganti produk sebelumnya. Dengan inovasi, maka produk yang sebelumnya ada dapat digantikan dengan yang baru. Apalagi jika produk atau jada sebelumnya tidak efektif dan efisien, inovasi dapat dilahirkan untuk menjadikan produk atau jasa tersebut menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

Tujuan dari inovasi (terobosan baru dan pengembangan) menurut Stamm (2008:14) adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas. Tujuan inovasi di berbagai bidang ialah untuk dapat meningkatkan kualitas dan juga nilai sesuatu hal yang sudah ada, baik itu produk atau layanan.
2. Menghemat biaya. Untuk bisa membantu mengurangi biaya, khususnya biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, sekarang ini banyak diciptakan mesin atau peralatan yang dapat menggantikan tenaga manusia dalam proses produksi.
3. Menciptakan pasar baru. Dengan adanya sebuah produk yang lebih bernilai tinggi sebagai hasil dari inovasi, maka hal ini akan menciptakan pasar baru di masyarakat.
4. Memperluas jangkauan produk. Salah satu contohnya juga dapat dilihat dari bisnis *e-commerce* seperti saat ini. Para pengusaha memperluas jangkauan produk mereka dengan memanfaatkan internet yang dapat diakses lebih banyak calon konsumen potensial.
5. Mengganti produk atau layanan. Inovasi ini juga bertujuan untuk dapat mengganti produk atau layanan yang dianggap kurang efektif/ efisien. Salah satunya dapat kita lihat inovasi yang terjadi pada mesin sepeda motor yang sekarang lebih hemat bensin.
6. Menghemat konsumsi energi. Manusia juga selalu ingin menghemat penggunaan energi, itulah sebabnya ada banyak sekali inovasi yang dilakukan manusia. Salah satunya adalah adanya sumber energi terbarukan yang memanfaatkan alam, misalnya tenaga surya, angin, dan air, sebagai sumber energi listrik.
7. Memecahkan permasalahan. inovasi merupakan suatu terobosan baru, dimana sudah barang tentu dengan adanya inovasi menjadi salah satu solusi dalam memecahkan suatu permasalahan. Seperti efektivitas dan efisiensi suatu hal.
8. Pengembangan dan penerapan keilmuan, Wawasan dan Produk. selain dalam bidang layanan dan produk juga, inovasi merupakan suatu cara mengembangkan ilmu pengetahuan.
9. Penyesuaian terhadap perkembangan ilmu dan zaman. Inovasi ini akan digencarkan apabila ada suatu pengembangan ilmu baru dan era baru seperti revolusi industri, maka perlu penyesuaian dengan melakukan sebuah inovasi atau terobosan baru, seperti caranya dengan penelitian dan sebagainya. Supaya tetap searah dengan perkembangan zaman.

Menurut Rogers (2003:22), inovasi dapat memiliki peran yang penting dalam berbagai bidang, termasuk:

1. Pengembangan produk baru. Cepat atau lambat setiap produk dan jasa akan mencapai tanggal kadarluarsanya (*maturity*), barang kali pesaing telah memperkenalkan produk yang serupa dengan ciri-ciri lebih baik. Penemuan, pengembangan dan keberhasilan memperkenalkan produk dan jasa baru terus-menerus tanpa diragukan lagi merupakan keharusan setiap bisnis. Tujuan utama dalm memperkenalkan produk baru dan jasa ialah untuk menghasilkan pendapatan yang baru dan menguntungkan.

2. Desain proses baru. Proses tidak merujuk pada apa yang dikerjakan, melainkan bagaimana mengerjakannya.
3. Stuktur organisasi baru. Melakukan sesuatu yang baru secara structural dalam organisasi dapat menyiratkan perubahan peran dan tanggung jawab orang, hak dan kewajiban setiap orang.
4. Bentuk-bentuk hubungan baru. Inovasi hubungan seluruhnya adalah masalah desain interaksi yang baru antara orang-orang yang terlepas dari struktur organisasi. Umumnya hubungan ini mempunyai dua jenis, yaitu melintas batas-batas antar organisasi dan dalam organisasi itu sendiri.
5. Strateg. bisnis terobosan baru. Strategi seluruhnya terkait dengan upaya memperoleh keunggulan bersaing dan bahwa keunggulan bersaing tersebut berasal dari kemampuan melakukan sesuatu yang berbeda dari pesaing.

Dari beberapa paparan mengenai tujuan inovasi, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan utama dari inovasi adalah untuk meningkatkan kualitas sesuatu, baik itu produk maupun jasa. Inovasi yang hadir dengan gagasan serta ide baru diharapkan mampu membuat suatu produk ataupun jasa pelayanan jauh lebih bernilai dan berkualitas dari sebelumnya.

c. Ciri dan Kharakteristik Inovasi

Terdapat empat ciri-ciri dalam suatu inovasi menurut (Munandar, 2006:24) antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki kekhasan/khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, tatanan, sistem termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan, dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai sebuah karya dan buah pemikiran yang memiliki kadar orisinalitas dan kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana, dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses yang tidak tergesa-gesa, namun kegiatan inovasi dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan direncanakan terlebih dahulu.
4. Inovasi yang digulirkan memiliki tujuan, program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Rogers (2003:42), karakteristik inovasi adalah sebagai berikut.

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*). Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat di ukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi.
2. Kompatibilitas (*compatibility*). Kompatibel adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.
3. Kerumitan (*complexity*). Kompleksitas adalah tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.
4. Kemampuan diujicobakan (*triability*). Kemampuan untuk diujicobakan adalah di mana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.
5. Kemampuan untuk diamati (*observability*). Kemampuan untuk diamati adalah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat

Menurut Sa'ud (2014:15), inovasi yang berhasil harus memiliki beberapa komponen atau elemen pokok, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.
2. Saluran komunikasi, yaitu 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 proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan 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 subsistem yang lain. Itu artinya bahwa proses penyebaran inovasi tidak selalu berjalan lancar karena adanya perbedaan latar belakang dan sistem sosial yang berlaku.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa ciri dan karakteristik inovasi adalah terletak pada kebaruan yang diusungnya, yang khas/khusus, serta melalui proses yang terencana dan bertujuan untuk pengembangan suatu organisasi.

d. Jenis Inovasi

Terdapat empat jenis inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi (Gunday, Guhan et al, 2011:44).

1. Inovasi produk adalah pengenalan layanan yang baik yang baru atau meningkat secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau penggunaan yang digarisbawahi, termasuk peningkatan yang signifikan dalam spesifikasi teknis, komponen dan material, perangkat lunak incoporated, keramahan pengguna atau karakteristik fuctional lainnya.
2. Inovasi proses adalah penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru atau lebih baik.
3. Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain produk atau pengemasan, penempatan produk, promosi produk, atau penetapan harga.
4. Inovasi organisasi adalah penerapan metode organisasi baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi kerja atau hubungan eksternal

Menurut Stamm (2008:6), terdapat tiga model inovasi, yang pertama adalah melakukan modifikasi sederhana pada produk dan tidak menghilangkan sifat aslinya, kedua melakukan pembuatan produk yang

baru dengan memiliki keunikan dan berbeda dengan produk sebelumnya, dan juga memiliki sifat yang baru, dan yang terakhir memiliki kreativitas dalam menciptakan produk yang baru atau memodifikasi produk yang sudah ada sebelumnya serta membuat dan mengubah bentuk atau desain agar dapat mencapai keunggulan yang kompetitif .

Menurut Stamm (2008:8) terdapat tiga macam inovasi, yaitu:

1. *Market Niche Innovation.* Inovasi tersebut memiliki untuk membuka peluang pasar yang baru melalui teknologi yang berdampak pada sistem produksi dan teknis, serta menjaga dan memperkuat desain yang ditetapkan.
2. *Regular Innovation*. Inovasi tersebut melibatkan perubahan berdasarkan pada kemampuan teknis dan produksi yang diberlakukan pada pasar dan pelanggan yang ada. Dampak dari perubahan ini untuk menjaga keterampilan dan sumber daya yang ada.
3. *Revolutionary Innovation*. Inovasi tersebut mengganggu dan membuat pendirian teknis dan kemampuan produksi menjadi using.

Inovasi berdasarkan bentuk pengaplikasiannya menurut Henderson dan Clark (1990:18) adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk (*product innovation*), yaitu inovasi dalam pemunculan produk baru.
2. Inovasi dalam pelayanan (*service innovation*), yaitu cara baru dalam bentuk pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan.
3. Inovasi proses (*process innovation*), yaitu sebuah cara baru untuk membuat proses dalam menghasilkan produk atau jasa menjadi lebih ekonomis

Lebih lanjut, Henderson dan Clark (1990:19), mengelompokkan inovasi berdasarkan tingkat kebaharuannya, yaitu:

1. Inovasi inkremental, yaitu 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, yaitu inovasi dengan melakukan perubahan secara keseluruhan baik komponen maupun sistem yang ada. Inovasi secara radikal jarang ditemukan di lapangan.

3. Inovasi modular, yaitu inovasi dengan melakukan perubahan pada komponen, namun sistem yang digunakan tetap.
4. Inovasi arsitektur, yaitu inovasi dengan melakukan perubahan pada sistem yang sudah ada dengan cara baru dan meningkatkan komponen yang ada di dalamnya tanpa harus mengubahnya.

Sementara Makmur dan Rohana (2015:41) menyatakan bahwa inovasi untuk sektor public dapat dikelompokkan menjadi:

1. Inovasi yang melibatkan perubahan karakteristik dan rancangan (desain) produk-produk jasa dan proses-proses produksi termasuk pembangunan, penggunaan dan adaptasi teknologi yang relevan.
2. Inovasi deliveri termasuk cara-cara baru atau cara yang diubah dalam menyelesaikan masalah, memberikan layanan atau berinteraksi dengan klien untuk tujuan pemberian layanan khusus.
3. Inovasi administratif dan organisasional termasuk cara-cara baru atau cara yang diubah dalam mengorganisasi kegiatan dalam organisasi supplier.
4. Inovasi konseptual dalam pengertian memperkenalkan misi baru, pandangan, tujuan strategi dan rationale baru.
5. Inovasi interaksi sistem cara-cara baru atau yang diubah dalam berinteraksi dengan organisasi lain.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai jenis inovasi yang didasarkan pada subjek, objek, tujuan dan proses dari inovasi tersebut. Jenis inovasi tidak akan mengurangi makna, ciri dan karakteristik utama inovasi yaitu kebaruan.

e. Proses Inovasi

Proses inovasi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh individu atau organisasi, mulai sadar atau tahu adanya inovasi sampai menerapkan (implementasi) inovasi. Kata proses mengandung arti bahwa aktivitas itu dilakukan dengan memakan waktu dan setiap saat tentu terjadi perubahan. Berapa lama waktu yang dipergunakan selama proses itu berlangsung akan berbeda antara orang satu atau organisasi satu dengan

yang lain tergantung kepada kepekan orang atau organisasi terhadap inovasi. Demikian pula selama proses inovasi itu berlangsung akan selalu terjadi perubahan yang berkesinambungan sampai proses itu dinyatakan berakhir.

Dalam mempelajari proses inovasi para ahli mencoba mengidentifikasi kegiatan apa saja yang dilakukan individu selama proses itu berlangsung serta perubahan apa saja yang terjadi dalam inovasi, maka hasilnya diketemukan pentahapan proses inovasi. Untuk memperluas wawasan tentang pentahapan proses inovasi, berikut akan kami tunjukan berbagai model pentahapan dalam proses inovasi yang berorientasi pada individual dan organisasi.

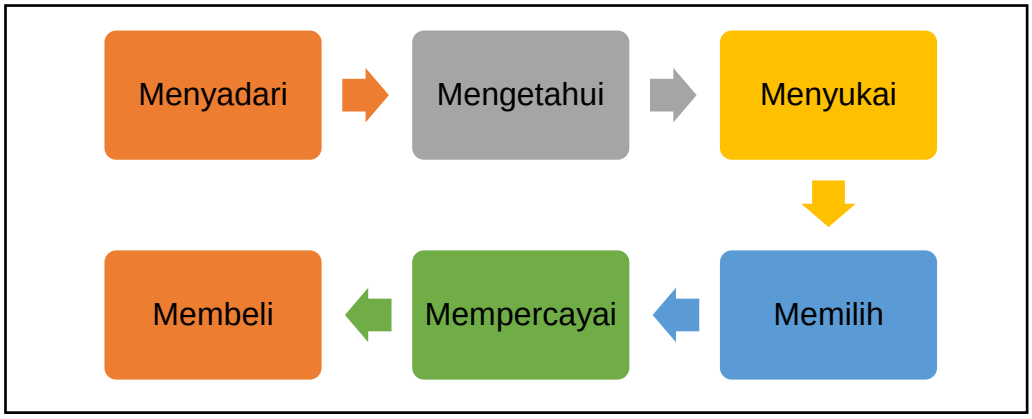
1. Proses inovasi yang berorientasi individual

Lavidge dan Steiner (1961:59) mengemukakan bahwa proses inovasi individu dimulai dari menyadari hingga proses membeli, selengkapnya proses inovasi menurut Lavidge dan Steiner ditunjukkan pada Gambar 1.

Sementara Colley (1961:44) menyiratkan bahwa inovasi dimulai dari proses individu yang masih belum menyadari hingga akhirnya mengambil tindakan, lengkapnya seperti dalam Gambar 2.

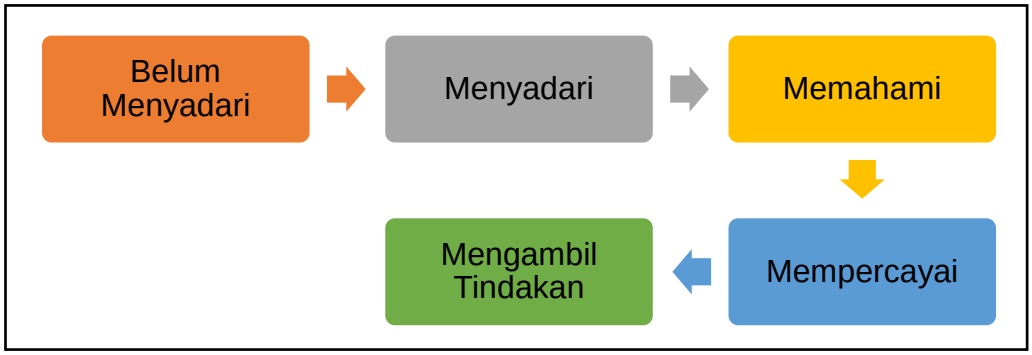
Sementara Rogers (1962:64) menyiratkan bahwa inovasi dari proses individu harusnya melalui proses menaruh minat dan melakukan percobaan/ tester, penjelasan selengkapnya pada Gambar 3.

Gambar 1
Proses Inovasi Individu Menurut Lavidge dan Steiner



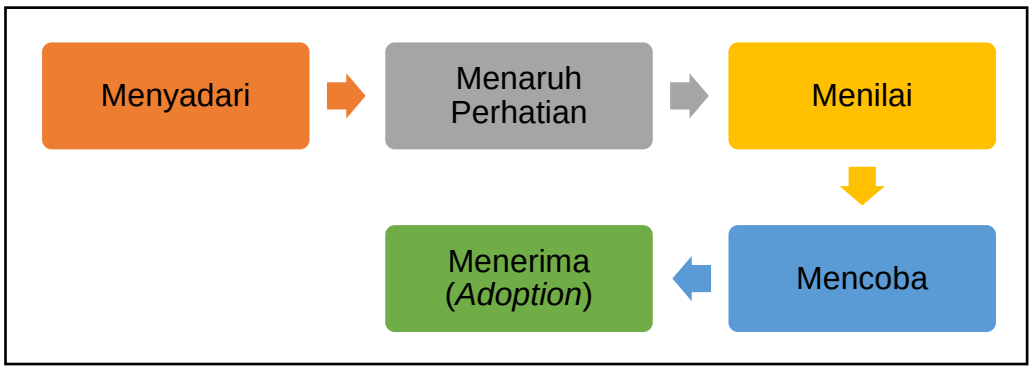
Sumber: Lavidge dan Steiner (1961:59)

Gambar 2
Proses Inovasi Individu Menurut Colley



Sumber: Colley (1961:44)

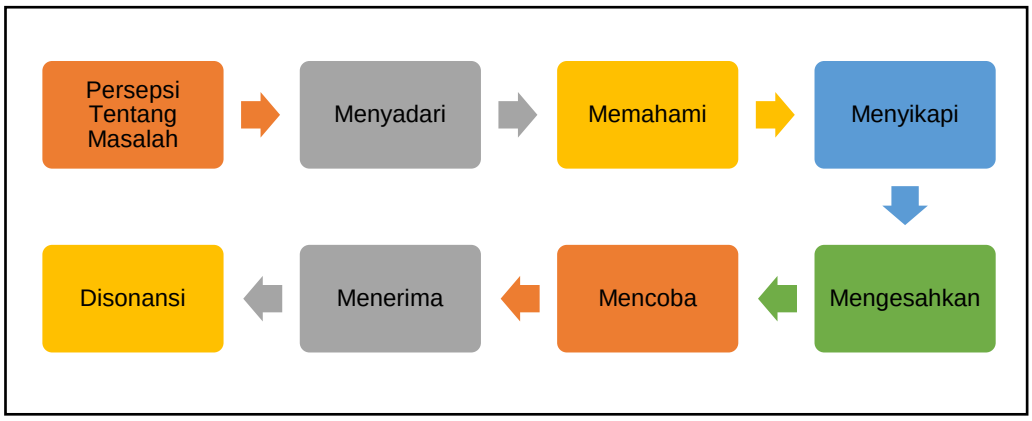
Gambar 3
Proses Inovasi Individu Menurut Rogers



Sumber: Rogers (1962:64)

Robertson (1997:46) mengemukakan bahwa proses inovasi individu dimulai dari adanya persepsi hingga proses disonansi, selengkapnya proses inovasi menurut Robertson ini ditunjukkan dalam gambar berikut ini.

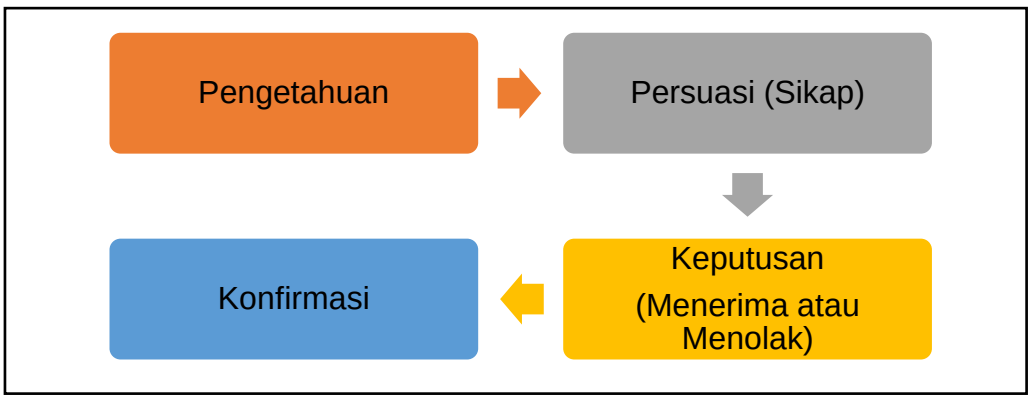
Gambar 4
Proses Inovasi Individu Menurut Robertson



Sumber: Robertson (1997:46)

Sementara Rogers dan Shoemakers (1971:56) menyiratkan bahwa inovasi dimulai dari adanya pengetahuan yang dimiliki oleh individu hingga akhirnya bersikap dan mengambil tindakan, lengkapnya seperti dalam skema pada Gambar 5.

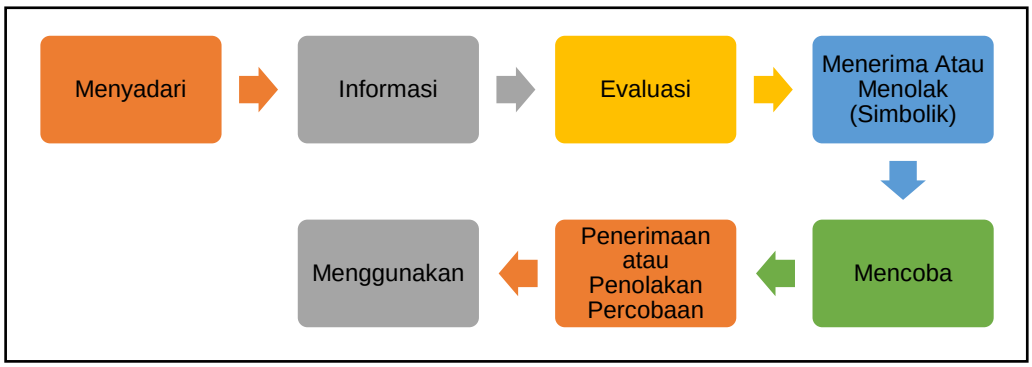
Gambar 5
Proses Inovasi Individu Menurut Rogers dan Shoemakers



Sumber: Rogers dan Shoemakers (1971:56)

Sementara Klonglan dan Coward (1970:49) menyiratkan bahwa inovasi dari proses individu juga membutuhkan informasi sebelum melakukan penerimaan terhadap suatu inovasi. Gambar 6 akan memberikan penjelasan selengkapnya.

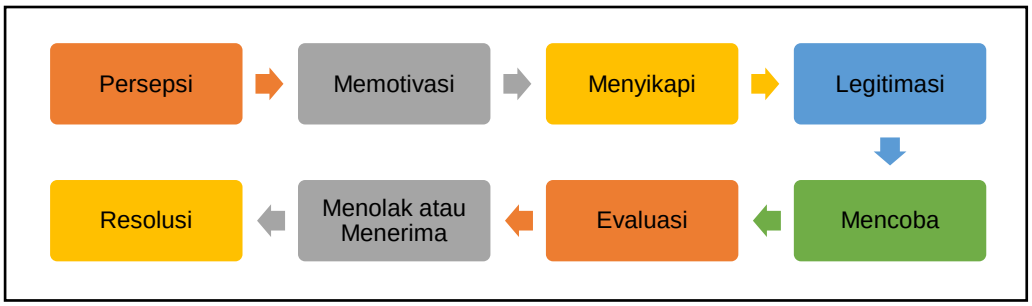
Gambar 6
Proses Inovasi Individu Menurut Klonglan dan Coward



Sumber: Klonglan dan Coward (1970:49)

Sementara Zaltman & Brooker (1971:77) menyiratkan bahwa inovasi individu juga dipengaruhi oleh motivasi dan dorongan lingkungan sekitarnya, lengkapnya seperti dalam skema pada Gambar 7.

Gambar 7
Proses Inovasi Individu Menurut Zaltman dan Brooker



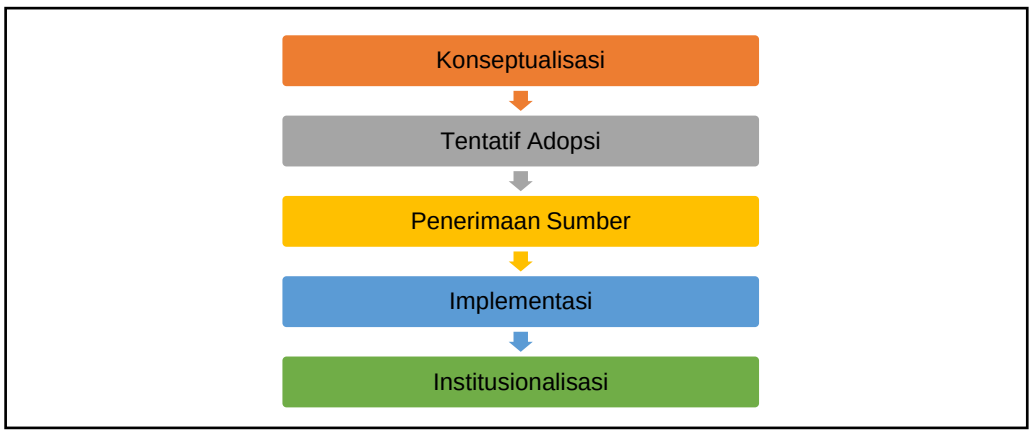
Sumber: Zaltman dan Brooker (1971:77)

Dalam penelitian ini model proses inovasi yang berorientasi tidak dapat diterapkan mengingat inovasi yang akan didesain berhubungan dengan suatu organisasi, untuk itu pembahasan selanjutnya adalah proses inovasi yang berorientasi pada organisasi

2. Proses inovasi yang berorientasi organisasi

Milo (1971:98) mengemukakan bahwa proses inovasi organisasi dimulai dari adanya konsep, kemudian adopsi, penerimaan hingga implementasi. Proses inovasi ini ditunjukkan pada Gambar 8.

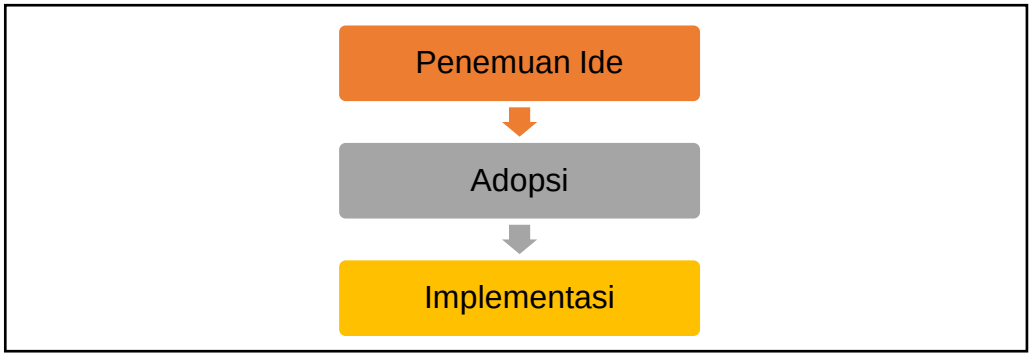
Gambar 8
Proses Inovasi Organisasi Menurut Milo



Sumber: Milo (1971:98)

Sementara Shepard (1967:86) menyiratkan bahwa inovasi dari proses organisasi harusnya melalui proses penemuan ide, kemudian adopsi barulah implementasi. Penjelasan selengkapnya pada gambar di bawah ini.

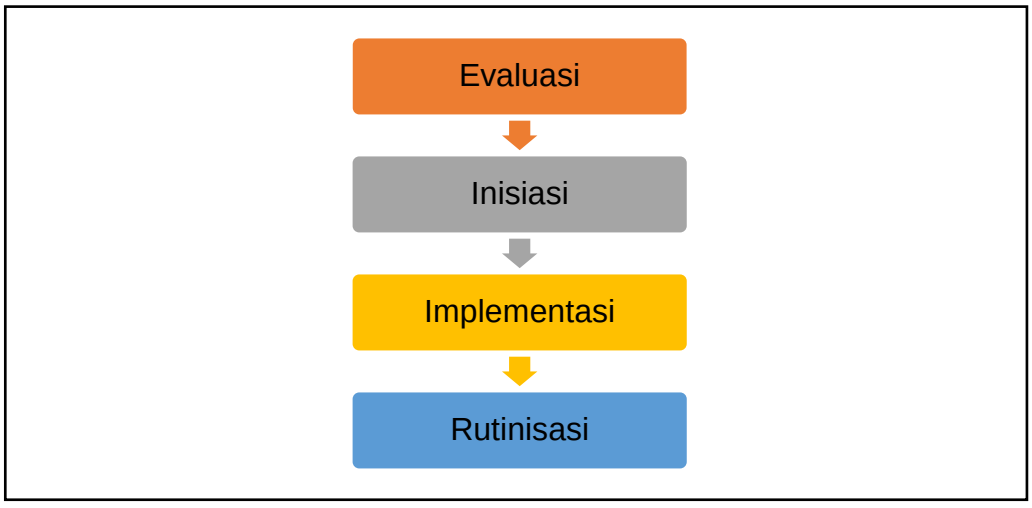
Gambar 9
Proses Inovasi Organisasi Menurut Shepard



Sumber: Shepard (1967:86)

Selanjutnya Hage dan Aiken (1970:107) menyiratkan bahwa inovasi organisasi dimulai dari proses evaluasi, inisiasi, implementasi hingga menjadi rutinisasi. Lengkapnya seperti dalam skema di bawah ini.

Gambar 10
Proses Inovasi Organisasi Menurut Hage dan Aiken



Sumber: Hage dan Aiken (1970:107)

Wilson (1966:108) mengemukakan bahwa proses inovasi organisasi dimulai dari adanya konsepsi perubahan, pengusulan perubahan,

kemudian adopsi hingga implementasi. Selengkapnya proses inovasi ini ditunjukkan dalam Gambar 11.

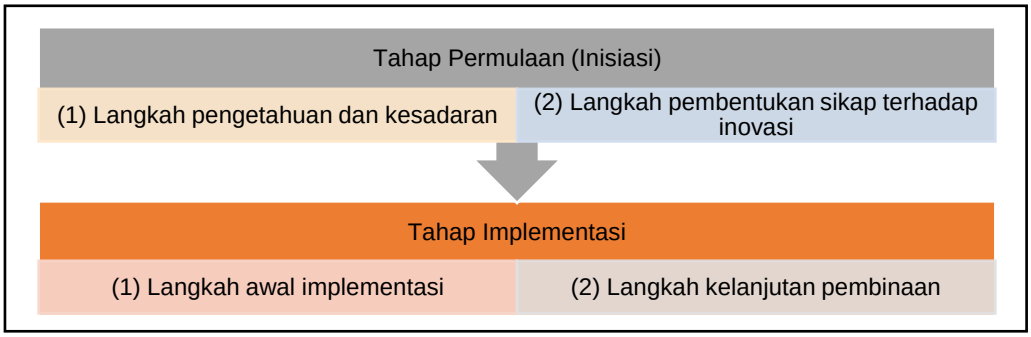
Gambar 11
Proses Inovasi Organisasi Menurut Wilson



Sumber: Wilson (1966:108)

Sementara Zaltman, Duncan dan Holbek (1973:111) menyiratkan bahwa inovasi dari proses organisasi hanya ada melalui dua proses yaitu tahap permulaan dan tahap implementasi. Penjelasan selengkapnya pada gambar di bawah ini.

Gambar 12
Proses Inovasi Organisasi Menurut Zaltman, Duncan dan Holbek

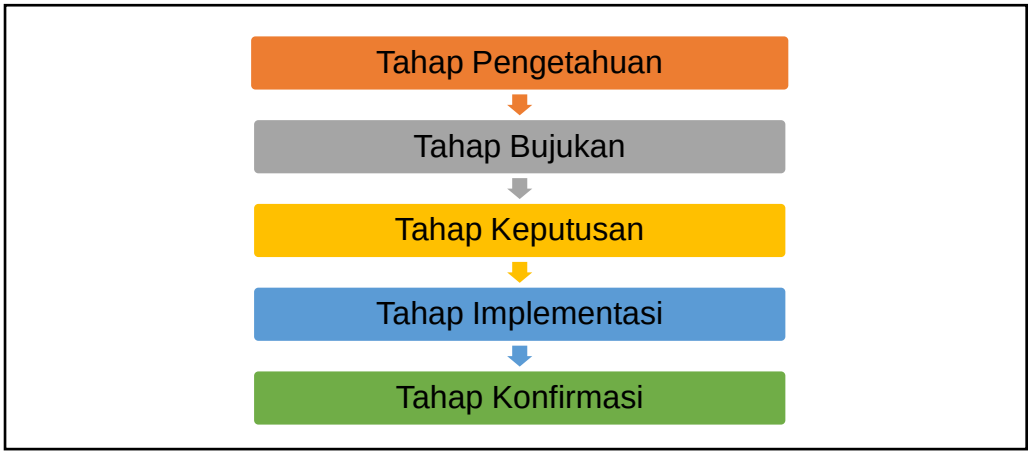


Sumber: Zaltman, Duncan dan Holbek (1973:111)

Dan akhirnya Rogers (2003:71) mengemukakan bahwa ada beberapa tahapan dalam penciptaan inovasi bidang pendidikan yang berorientasi

pada organisasi, yaitu tahap pengetahuan, tahap bujukan, tahap keputusan, tahap implementasi dan tahap konfirmasi. Lengkapnya seperti dalam skema di bawah ini.

Gambar 13
Proses Inovasi Organisasi Menurut Rogers



Sumber: Rogers (2003:71)

Rogers (2003:77) melanjutkan penjelasan mengenai tahapan proses inovasi organisasi ini sebagai berikut:

1. Tahap Pengetahuan

Proses keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan, yaitu tahap pada saat seseorang menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut. Ada tiga tipe pengetahuan dalam tahap pengenalan inovasi, yaitu: kesadaran/pengetahuan mengenai adanya inovasi, pengetahuan “teknis” dan pengetahuan “prinsip”. Tipe yang pertama yakni pengetahuan kesadaran akan adanya inovasi yang telah dibicarakan di sebelumnya. Tipe yang kedua, meliputi informasi yang diperlukan mengenai cara pemakaian atau penggunaan suatu informasi.

Tipe pengetahuan yang ketiga adalah berkenaan dengan prinsip-prinsip berfungsinya suatu informasi.

Lebih lanjut Rogers (2003: 82), menyatakan bahwa berkaitan dengan pengetahuan tentang inovasi, ada generalisasi (prinsip-prinsip umum) tentang orang yang lebih awal mengetahui tentang inovasi :

a) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih tinggi pendidikannya daripada yang akhir.
b) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih tinggi status sosial ekonominya daripada yang akhir
c) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih terbuka terhadap media massa daripada yang akhir.
d) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih terbuka terhadap komunikasi interpersonal daripada yang akhir.
e) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih banyak kontak dengan agen pembaharu daripada yang akhir.
f) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih banyak berpartisipasi dalam sistem sosial daripada yang akhir.
g) Orang yang lebih awal tahu tentang inovasi lebih kosmopolitan daripada yang akhir.

Perlu diketahui juga bahwa tahu tentang inovasi tidak sama dengan melaksanakan atau menerapkan inovasi. Banyak orang yang tahu tetapi tidak melaksanakan, dengan berbagai kemungkinan penyebabnya.

2. Tahap Bujukan (Persuasi)

Pada tahap persuasi dari proses keputusan inovasi, seseorang membentuk sikap menyenangi atau tidak menyenangi terhadap inovasi. Jika pada tahap pengetahuan proses kegiatan mental yang utama bidang kognitif, maka pada tahap persuasi yang berperan utama bidang afektif atau perasaan. Seseorang tidak dapat menyenangi inovasi sebelum ia tahu lebih dulu tentang inovasi (Rogers, 2003:86).

Dalam tahap persuasi ini lebih banyak keaktifan mental yang memegang peran. Seseorang akan berusaha mengetahui lebih banyak tentang inovasi, dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Pada tahap ini berlangsung seleksi informasi disesuaikan dengan kondisi dan sifat pribadinya. Di sinilah peranan karakteristik inovasi dalam mempengaruhi proses keputusan inovasi (Rogers, 2003:86).

Dalam tahap persuasi ini juga sangat penting peran kemampuan untuk mengantisipasi kemungkinan penerapan inovasi di masa datang. Perlu ada kemampuan untuk memproyeksikan penerapan inovasi dalam pemikiran berdasarkan kondisi dan situasi yang ada. Untuk mempermudah proses mental ini, perlu adanya gambaran yang jelas tentang bagaimana pelaksanaan inovasi, jika mungkin sampai pada konsekuensi inovasi (Rogers, 2003:86).

3. Tahap Keputusan

Tahap keputusan dari proses keputusan inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi. Menerima inovasi berarti sepenuhnya

akan menerapkan inovasi. Menolak inovasi berarti tidak akan menerapkan inovasi (Rogers, 2003:87).

Sering terjadi seseorang akan menerima inovasi setelah ia mencoba lebih dahulu. Bahkan jika mungkin mencoba sebagian kecil lebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan secara keseluruhan jika sudah terbukti berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Tetapi tidak semua inovasi dapat dicobadengan dipecah menjadi beberapa bagian. Inovasi yang dapat dicoba bagian demi bagian akan lebih cepat diterima (Rogers, 2003:87).

Dapat juga terjadi percobaan cukup dilakukan sekelompok orang, dan yang lain cukup mempercayai dengan hasil percobaan temannya. Perlu diperhatikan bahwa dalam kenyataannya pada setiap tahap dalam proses keputusan inovasi dapat terjadi penolakan inovasi. Misalnya penolakan dapat terjadi pada awal tahap pengetahuan, dapat juga terjadi pada tahap persuasi, mungkin juga terjadi setelah konfirmasi, dan sebagainya (Rogers, 2003:88).

Dalam pelaksanaan difusi inovasi antara: pengetahuan, persuasi dan keputusan inovasi sering berjalan bersamaan. Satu dengan yang lain saling berkaiatan. Bahkan untuk jenis inovasi tertentu dan dalam kondisi tertentu dapat terjadi urutan: pengetahuan-keputusan inovasi-baru persuasi (Rogers, 2003:88).

4. Tahap Implementasi

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila seseorang menerapkan inovasi. Dalam tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan. Keputusan penerimaan gagasan

atau ide baru dibuktikan dalam praktek. Pada umumnya implementasi tentu mengikuti hasil keputusan inovasi. Tetapi juga tejadi karena sesuatu hal sudah memutuskan menerima inovasi tidak diikuti implementasi. Biasanya hal ini terjadi karena fasilitas penerapan yang tidak tersedia (Rogers, 2003:89).

Kapan tahap implementasi berakhir? Mungkin tahap ini berlangsung dalam waktu yang sangat lama, tergantung dari keadaan inovasi itu sendiri. Tetapi biasanya suatu tanda bahwa taraf implementasi inovasi berakhir jika penerapan inovasi itu sudah melembaga atau sudah menjadi hal-hal yang bersifat rutin. Sudah tidak menerapkan hal yang baru lagi (Rogers, 2003:89).

Dalam tahap implementasi dapat terjadi hal yang yang disebut Reinvention (invensi kembali) yaitu penerapan inovasi dengan mengadakan perubahan atau modifikasi. Jadi penerapan inovasi tetapi tidak sesuai dengan aslinya. Reinvensi bukan berarti tentu hal yang tidak baik, tetapi terjadinya re-invensi dapat merupakan kebijakan dalam pelaksanaan atau penerapan inovasi, dengan mengingat kondisi dan situasi yang ada (Rogers, 2003:90).

Hal-hal yang memungkinkan terjadinya re-invensi antara lain: inovasi yang sangat komplek dan sukar dimengerti, penerima inovasi kurang dapat memahami inovasi karena sukar untuk menemui agen pembaharu, inovasi yang memungkinkan berbagai kemungkinan aplikasi, apabila inovasi diterapkan untuk memecahkan masalah yang sangat luas, kebanggaan

akan inovasi yang dimiliki oleh suatu daerah tertentu juga dapat menimbulkan re-invensi (Rogers, 2003:90).

5. Tahap Konfirmasi

Dalam tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan ia dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula. Tahap konfirmasi ini sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan sejak terjadi keputusan menerima atau menolak inovasi, yang berlangsung dalam waktu yang tak terbatas. Selama dalam tahap konfirmasi seseorang berusaha menghindari terjadinya disonansi atau paling tidak berusaha menguranginya (Rogers, 2003:91).

Menurut Kuczmarski (1992:129), proses inovasi memiliki tahap-tahap berikut:

1. Tahap pemunculan ide. Proses inovasi dimulai dengan pencarian ide atau gagasan yang berasal dari sejumlah sumber.
2. Tahap penyaringan. Ditunjukkan untuk mengeliminasi atau mengevaluasi konsep baru.
3. Analisa bisnis. Analisa bisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran sekomprehensif mungkin tentang dampak dari finansial yang dapat diambil melalui memperkenalkan inovasi.
4. Tahap pengembangan. Beberapa ide yang muncul harus diubah menjadi sesempurna mungkin dengan konsep yang diuji terlebih dahulu oleh perusahaan.
5. Tahap pengujian. Tahap ini memberikan penilaian lebih terperinci terhadap peluang sukses inovasi, mengidentifikasikan penyesuaian akhir yang suatu inovasi butuhkan dan menetapkan elemen penting program pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan inovasi.
6. Tahap komersialisasi. Tahapan ini memiliki sangkut paut dengan perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran inovasi, yaitu memiliki beberapa komponen: waktu yang tepat untuk meluncurkan, pemberian nama, koordinasi dengan program pemasaran yang mendukung inovasi.

Lengkapnya proses inovasi Kuczmarski (1992:129) seperti dalam gambar di bawah ini.

Gambar 14
Proses Inovasi Organisasi Menurut Kuczmarski



Sumber: Kuczmarski (1992:129)

Inovasi adalah hal baru yang memerlukan proses dalam pengaplikasiannya. Sa'ud (2014:93) mengemukakan tahapan proses dalam implementasi suatu inovasi yang hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Rogers (2003:71) yaitu:

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 menyenangi atau tidak senang terhadap inovasi, dimana rasa senang atau tidak senang tersebut dipengaruhi oleh karakteristik inovasi itu sendiri, seperti kelebihan inovasi, tingkat keserasian, kompleksitas, dapat dicoba dan dapat dilihat.

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: penolakan aktif yaitu penolakan inovasi setelah melakukan melalui proses mempertimbangkan untuk menerima atau mencoba inovasi terlebih dahulu dan penolakan pasif yakni penolakan inovasi tanpa pertimbangan sama sekali.

4. Tahap implementasi

Pada tahap implementasi, 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

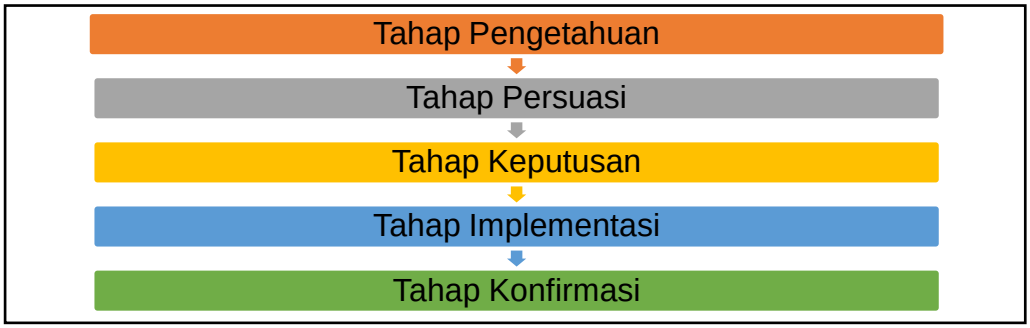
mengadopsinya terus menerus hingga menjadi sebuah rutinitas atau hanya diimplementasikan sementara waktu.

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

Lengkapnya tahapan proses dalam implementasi suatu inovasi yang dikemukalkan oleh Sa'ud (2014:93) mengemukakan seperti dalam skema di bawah ini.

Gambar 15
Proses Inovasi Organisasi Menurut Sa'ud



Sumber: Sa'ud (2014:93)

Dengan mempertimbangkan kesesuaian teori dengan lokus penelitian, termasuk sistem dan budaya organisasi, kebaharuan teori, serta pengukuran kemampuan peneliti dalam langkah dan tahapan penelitian, akhirnya peneliti memutuskan dan memilih untuk menggunakan teori Rogers (2003:71) sebagai *grand* theory dalam penelitian ini.

B. Defenisi Konsep

Berdasarkan tinjauan pustaka pada bagian sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk menggunakan teori yang dikemukakan oleh Rogers (2003:71) yang mengemukakan bahwa ada beberapa tahapan dalam penciptaan inovasi bidang pendidikan yang berorientasi pada organisasi, yaitu tahap pengetahuan, tahap bujukan, tahap keputusan, tahap implementasi dan tahap konfirmasi.

Berpatokan pada *grand theory* dalam penelitian ini, maka defenisi konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Pustakawan adalah terobosan baru sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan yang dirancang dengan nama "*Talking Wall*", yaitu inovasi dengan memanfaatkan dinding-dinding kosong perpustakaan sebagai media informasi dan pembelajaran.
2. Tahapan proses inovasi adalah serangkaian kegiatan dan proses yang dilakukan oleh sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan untuk mendesain dan menerapkan inovasi "*Talking Wall*", tahapan tersebut adalah
    1. Tahap pengetahuan, tahapan ini adalah proses pencarian informasi dan penelusuran literatur yang terkait dengan inovasi "*Talking Wall*" oleh sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
    2. Tahapan bujukan, tahapan ini adalah proses menyeleksi informasi dan literatur yang diterima dan didapatkan dari tahapan pengetahuan

oleh sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan. Tahapan ini juga termasuk melakukan proyeksi penerapan inovasi "*Talking Wall*" oleh sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan (disonansi).

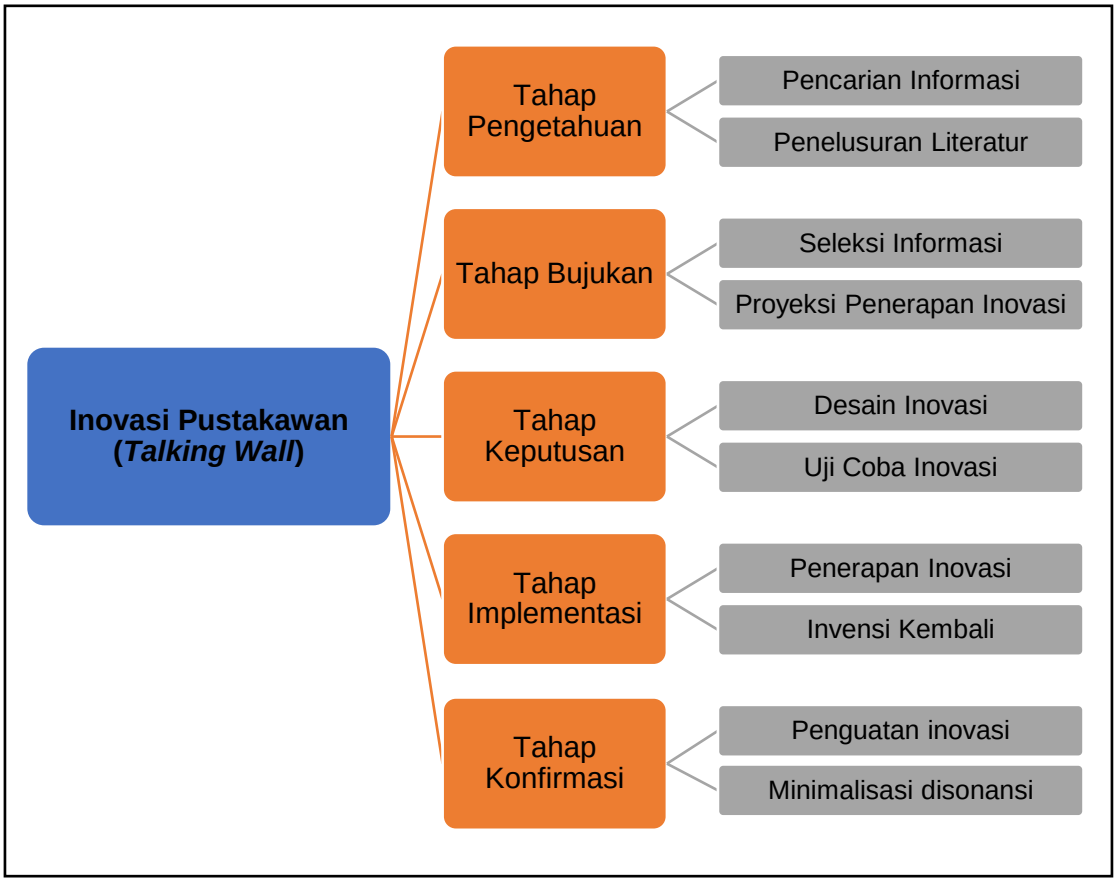
3. Tahap keputusan, pada tahapan ini, sumber daya manusia Pustakawan Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan melakukan desain inovasi dan melakukan uji coba desain inovasi tersebut.
4. Tahap implementasi, pada tahapan ini dilakukan penerapan inovasi "*Talking Wall*" oleh sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, juga melakukan invensi kembali untuk penguatan dan penyempurnaan inovasi.
5. Tahap konfimasi, pada tahapan ini sumber daya manusia Pustakawan pada Perpustakaan Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan melakukan penguatan inovasi "*Talking Wall*" dan melakukan berbagai upaya untuk meminimalisasi timbulnya disonansi.

Tahapan proses inovasi dilakukan secara berurutan mulai dari tahapan pengetahuan, tahapan bujukan, tahapan keputusan, tahapan implementasi dan tahapan konfirmasi. Tidak menutup kemungkinan dapat melakukan beberapan tahapan secara bersamaan dalam suatu waktu.

C. Kerangka Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan definisi konsep yang telah dipaparkan pada bagian di atas, maka dapat disusun kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 16
Kerangka Penelitian



Sumber: Rogers (2003:71)