

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Santhi (2011) melakukan penelitian yang berjudul Corporate Culture Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk. PT PGN (Persero) Tbk merupakan perusahaan infrastruktur yang berpengalaman menyalurkan dan menyediakan gas bumi bagi kepentingan umum (*public utility*). Sejak tahun 2003 melalui SK Direksi No. 004.K/07/UT/2003 tanggal 7 Januari 2003 PGN telah mencanangkan budaya perusahaan untuk pertama kali yang dikenal dengan Budaya SMILE. Nilai yang terkandung dalam Budaya SMILE adalah Satisfaction, Morale, Integrity, Leadership dan Enterpreneuership. Berkaitan dengan perubahan status perusahaan dari Perusahaan Persero ke Perusahaan (Persero) Tbk, maka pada tahun 2004 dilakukan penyempurnaan terhadap budaya SMILE yang didasarkan pada perkembangan visi dan misi perusahaan dan tuntutan perubahan budaya paternalistik menjadi budaya mandiri. Melalui SK Direksi No. 006600.K/131/UT/2006 tanggal 15 Maret 2006 tentang Penyempurnaan Buku Budaya Perusahaan tersebut dilakukan penyempurnaan terhadap penjabaran nilai-nilai SMILE. Untuk mendukung visi perusahaan menjadi perusahaan kelas dunia dibidang pemanfaatan gas bumi, maka pada bulan Desember 2008 dilakukan workshop validasi nilai-nilai budaya

perusahaan. Dari hasil validasi tersebut dihasilkan 5 nilai budaya yang disebut ProCISE dan 10 Perilaku Utama Insan PGN.

Meliala, (2009) melakukan penelitian yang berjudul budaya organisasi dalam daur hidup PT.BlueBird sebagai suatu organisasi (studi pada PT.BlueBird jakarta). Hasil dari penelitian adalah PT.BlueBird dapat mencapai perkembangan pesat seperti sekarang ini dikarenakan selalu mengedepankan aspek kemajuan teknologi terbaik yang dipadukan dengan sumber daya manusia yang kompetitif. Pada awal berdirinya (1972) tujuan utama BlueBird adalah menyediakan jasa transportasi yang berkualitas yang belum pernah ada di jakarta. BlueBird merupakan perusahaan taksi pertama yang sangat ketat terhadap penggunaan argometer dan juga pelopor dalam penggunaan argometer, kesuksesan PT. Bluebird tidak terlepas dari budaya organisasi yang diterapkan sejak awal berdirinya. Karena PT. Bluebird memiliki budaya organisasi, maka dapat dilihat adanya suatu sistem nilai-nilai yang diyakini oleh semua anggota organisasi dan kemudian dipercaya, diterapkan, cara dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dapat dijadikan rujukan berperilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Terkait dengan budaya organisasi di PT. Bluebird, dikenal pula istilah pengelolaan budaya sebagai penunjuk adanya suatu kemungkinan dalam melakukan sebuah perubahan budaya di dalam organisasi tersebut.

Asmara (2012) melakukan penelitian yang berjudul budaya inovasi sebagai elemen utama pembentuk sistem inovasi daerah (Studi di Provinsi NTB dan Kalsel). Hasil dari penelitian adalah SIDa (sistem inovasi daerah) di NTB

merupakan program Pemerintah Provinsi NTB melalui kebijakan Bumi Sejuta Sapi (BSS) yang direspon baik oleh pemerintah pusat. Program ini diluncurkan pada 25 Februari 2012. SIDA di NTB dikhususkan pada peternakan (penggemukan) sapi. Menristek Gusti Muhammad Hatta (2012) mengungkapkan bahwa kemandirian pangan di bidang peternakan-pertanian NTB didasarkan pada 4 F (*food, feed, fertilizer, fuel*). SIDA diharapkan dapat menghasilkan tiga nilai tambah yaitu, keilmuan (paten dan publikasi), pendapatan ekonomi dari hasil litbang, dan meningkatnya jumlah peternak sapi sekaligus pemanfaatan limbah peternakan sapi oleh masyarakat sekitar. Inovasi pengembangbiakan sapi dilakukan dengan metode perkawinan sapi yang dinamakan “*semen beku sexing*”, saat ini telah berhasil 90%. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya populasi sapi betina produktif dari 38% menjadi 42% dari target 44%. Tahun 2013, Pemprov NTB menargetkan populasi sapi sebanyak 1.032.500 ekor, tercapainya grade A dan B sapi, serta swasembada daging untuk menunjang ketahanan pangan nasional sebanyak 16.400 ton (setkab.go.id/2012).

Di Provinsi Kalimantan Selatan (Kalsel), sampai tahun 2013 ini SIDA masih dalam tahap penjajagan dan pencarian unggulan daerah yang dapat mendongkrak perekonomian daerah. Bahan mineral, terutama batubara yang saat ini menjadi program utama pendongkrak ekonomi daerah tidak dapat diandalkan. Ironisnya, Provinsi Kalsel yang dijuluki lumbung energi dalam MP3EI justru sering mengalami mati listrik. Menurut narasumber dari unsur Pemerintah Provinsi Kalsel, akademisi di Universitas Lambung Mangkurat, dan pelaku tambang di lapangan, memprediksi maksimal atau bahkan tidak sampai 40-50

tahun ke depan sumber daya batubara akan habis di daerah ini. Menurut Sekretaris Balitbangda Provinsi Kalsel, sebenarnya SIDA sudah dilakukan oleh Pemda Kalsel pada 20 tahun lalu, akan tetapi program itu berhenti di beberapa tahun terakhir ini.



Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Pendekatan, Penggalian Dan Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Santhi, 2011	Corporate Culture Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di PT. Perusahaan Gas Negara (Persero)TBk.	Pendekatan Penelitian ini menggunakan kualitatif , Penggalian data dari penelitian ini wawancara, dan Analisis data dari penelitian ini adalah analisis interaktif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budaya perusahaan yang ditanamkan oleh PT. Perusahaan Gas Negara (PGN) melalui ”proCISE” yaitu <i>Profesionalism, Continous Improvement, Integrity, Safety, dan Excellent</i> merupakan ujung tombak perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan, citra yang diharapkan oleh perusahaan adalah <i>wish image</i> yaitu image yang yang diharapkan terbentuk oleh perusahaan yang sudah disiapkan dan dituju dan juga masuk dalam <i>corporate image</i> yaitu image atau citra yang dibentuk oleh perusahaan. Dalam hal ini, citra PT. Perusahaan Gas Negara (PGN) juga dipengaruhi oleh budaya perusahaan / <i>corporate culture</i> yang dibentuk oleh manajemen yang salah satunya bertujuan untuk Melestarikan Budaya Perusahaan

				yang telah lama ada yang telah dijalankan dan terbukti berdampak positif terhadap perkembangan citra Perusahaan.
2	Meliiala, 2009	Budaya Organisasi Dalam Daur Hidup PT. Bluebird Sebagai Suatu Organisasi (Studi di PT. Bluebird Jakarta).	Pendekatan penelitian ini menggunakan Kualitatif, penggalan data dari penelitian ini dengan dokumen, wawancara informan kunci, dan survei, Analisis data dari penelitian ini adalah analisis interaktif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesuksesan PT. Bluebird tidak terlepas dari budaya organisasi yang diterapkan Bluebird sejak awal berdirinya. sistem nilai-nilai yang diyakini oleh semua anggota organisasi dan kemudian dipercayai, diterapkan, cara dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dapat dijadikan rujukan berperilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan.
3	Asmara, 2012	Budaya Inovasi Sebagai Elemen Utama Pembentuk Sistem Inovasi Daerah (Studi di Provinsi NTB dan Kalsel).	Pendekatan Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, penggalan data dari penelitian ini dengan wawancara dan dokumen, Analisis data penelitian ini adalah empat elemen krusial pembentuk budaya inovasi yang masing-masing berperan sesuai fungsinya, yaitu agen pemerintah, organisasi bisnis, unit litbang, dan lembaga pendidikan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budaya inovasi di masyarakat NTB masih terkendala oleh tingginya buta aksara/buta huruf akibat banyak anak yang putus sekolah di wilayah ini. Di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), program SIDA hanya dipusatkan dikawasan Banyuwulek, Kabupaten Lombok Barat. Di Kalsel,

				<p>budaya masyarakat untuk mengenal dan memahami inovasi justru dihambat dari masih rendahnya tingkat indeks pembangunan manusia (IPM) Provinsi Kalsel yang menempati urutan ke-26 dari 33 provinsi di Indonesia. Program pendidikan masyarakat yang diwajibkan pemerintah minimal 9 (sembilan) tahun masih belum terwujud di wilayah ini. Rendahnya tingkat pendidikan masyarakat Kalsel menjadikan kalsel masih jauh dari penerapan inovasi di daerahnya.</p>
4	Khotibul umam, 2013	Analisis Budaya Inovasi dalam Menciptakan Perilaku Inovatif Karyawan pada Perusahaan Naura Collection (Studi pada Naura Collection Probolinggo).	Kualitatif Deskriptif	

Pada table diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya budaya maupun inovasi berdampak positif bagi perusahaan yang menerapkannya. Indikasinya adalah perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan, lalu sistem nilai-nilai yang diyakini oleh semua anggota dan kemudian dipercayai, diterapkan, dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat yang kemudian dapat dijadikan rujukan berperilaku dalam berorganisasi

untuk mencapai tujuan perusahaan. Perbedaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan diatas adalah Penulis berusaha mencari indikasi apa saja yang terdapat pada budaya inovasi perusahaan yang dapat menciptakan perilaku inovatif pada karyawannya. Contohnya dalam praktek bisnis sehari-hari, ada perencanaan yang meliputi strategi, taktik, dan eksekusi. Dalam perusahaan, sering terdengar keluhan bahwa secara konseptual apa yang disodorkan *agency* bagus, tetapi strategi itu tak berdampak pada perusahaan karena berhenti di tingkat eksekusi. Oleh karena itu, sebuah strategi bisa saja ditentukan oleh seseorang, tetapi eksekusinya harus melibatkan banyak orang, mulai dari atasan hingga bawahan. Di sinilah mulai ada gesekan antar karyawan, beda persepsi hingga ke sikap penentangan.

Perusahaan tidak akan mampu berinovasi secara konsisten tanpa dukungan karyawan yang bisa memenuhi tuntutan persaingan. Perusahaan-perusahaan inovator sangat memperhatikan masalah seperti pelatihan karyawan, pemberdayaan, dan juga sistem *reward* untuk meng-*create* daya pegas inovasi. Benih-benih inovasi akan tumbuh baik pada perusahaan-perusahaan yang selalu menstimulasi karyawan, dan mendorong ke arah ide-ide bagus. Melalui program pelatihan, sistem *reward*, dan komunikasi, perusahaan terus berusaha untuk mendemokratisasikan budaya inovasi.

2.2 Budaya organisasi

Definisi yang dikutip oleh Donneily (1985 : 41) mengemukakan, Budaya adalah segala sesuatu yang kita temukan dalam tingkah laku manusia dalam sebuah masyarakat yang bukan merupakan produk langsung dari struktur

biologisnya. Sedangkan kebudayaan merupakan suatu system nilai, keyakinan, dan norma-norma yang unik yang dimiliki secara bersama oleh anggota suatu organisasi.” Dari berbagai pengertian yang telah dikemukakan tersebut, dapatlah dinyatakan bahwa budaya ini merupakan cara hidup. termasuk didalamnya cara berpikir, bertidak dan sebagainya dalam suatu komunitas tertentu (organisasi), sehingga membedakan karakteristik suatu komunitas dengan yang lainnya. Kemudian Tampubolon (2004:184) mendefinisikan budaya adalah segala sesuatu yang dilakukan, dipikirkan, dan diciptakan oleh manusia dalam masyarakat, serta termasuk pengakumulasian sejarah dari objek-objek atau perbuatan yang dilakukan sepanjang waktu.

Hofstede (1986:21) dalam Koesmono (2005:9) mengemukakan bahwa budaya dapat didefinisikan sebagai berbagai interaksi dari ciri-ciri kebiasaan yang mempengaruhi kelompok-kelompok orang dalam lingkungannya. Hofstede (1997) dalam Munandar, Sjabadni, dan Wutun (2004:20) mengemukakan bahwa budaya organisasi mempunyai 5 (lima) ciri-ciri pokok yaitu: (1) Budaya organisasi merupakan satu kesatuan yang integral dan saling terkait, (2) Budaya organisasi merupakan refleksi sejarah dari organisasi yang bersangkutan, (3) Budaya organisasi berkaitan dengan hal-hal yang dipelajari oleh para antropolog, seperti ritual, simbol, ceritera, dan ketokohan, (4) Budaya organisasi dibangun secara sosial, dalam pengertian bahwa budaya organisasi lahir dari konsensus bersama dari sekelompok orang yang mendirikan organisasi tersebut, (5) Budaya organisasi sulit diubah.

Sobirin (2002: 7) mendefinisikan organisasi sebagai unit sosial atau

entitas yang didirikan oleh manusia dalam jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan sekelompok manusia-manusia minimal dua orang, mempunyai kegiatan yang terkoordinir, teratur dan terstruktur, didirikan untuk mencapai tujuan tertentu mempunyai identitas diri yang membedakan satu entitas dengan entitas lainnya. Dari pendapat Sobirin (2002:7) dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah suatu kelompok yang menghimpun anggota-anggota yang memiliki satu tujuan tertentu dan bekerja sama mencapai tujuan yang telah ditetapkan dimana dalam kelompok tersebut memiliki struktur yang memuat unit-unit kerja sebagai pengelompokan tugas-tugas atau pekerjaan sejenis dari yang mudah hingga yang terberat dimana setiap unit memiliki volume dan beban kerja yang harus diwujudkan guna mencapai tujuan organisasi. Dalam pencapaian tujuan tersebut dibutuhkan koordinasi dalam pelaksanaan kerjasama yang berdasarkan prosedur yang telah diatur secara formal.

Budaya organisasi itu didasarkan pada suatu konsep bangunan tiga tingkatan, yaitu: (i). Tingkatan asumsi dasar (*basic assumption*), (ii). Tingkatan nilai (*value*), dan (iii). Tingkatan *artifact*. *Basic assumption*; merupakan hubungan manusia dengan apa yang ada di lingkungannya, alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, manusia, hubungan itu sendiri, dan hal ini, asumsi dasar bisa diartikan suatu philosophy, keyakinan, yaitu suatu yang tidak bisa dilihat oleh mata tapi ditanggung bahwa itu ada. *Value*; hubungannya dengan perbuatan atau tingkah laku, untuk itu, value itu bisa diukur (ditest) dengan adanya perubahan-perubahan atau dengan melalui konsensus sosial. Sedangkan *Artifact*; sesuatu yang bisa dilihat tetapi sulit untuk ditirukan, bisa dalam bentuk teknologi, seni,

atau sesuatu yang bisa didengar (Schein, 1997: 14). Disamping itu pula unsur-unsur budaya organisasi terdiri dari :

- (1). Asumsi dasar
- (2). Seperangkat nilai dan Keyakinan yang dianut
- (3). Pemimpin
- (4). Pedoman mengatasi masalah
- (5). Berbagai nilai
- (6). Pewarisan
- (7). Acuan perilaku
- (8). Citra dan Brand yang khas
- (9). Adaptasi.

Unsur Budaya Menurut Susanto yaitu : (1). Lingkungan Usaha (2). Nilai-nilai (3). Kepahlawanan (4). Upacara/tata cara (5). Jaringan Cultural.

Budaya organisasi pula memiliki beberapa asumsi dasar : 1. Anggota-anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan perasaan yang dimiliki bersama mengenai realitas organisasi, yang berakibat pada pemahaman yang lebih baik mengenai nilai-nilai sebuah organisasi. Inti dari asumsi ini adalah nilai yang dimiliki organisasi. Nilai merupakan standard dan prinsip-prinsip yang terdapat dalam sebuah budaya. 2. Penggunaan dan interpretasi simbol sangat penting dalam budaya organisasi. Ketika seseorang dapat memahami simbol tersebut, maka seseorang akan mampu bertindak menurut budaya organisasinya. 3. Budaya bervariasi dalam organisasi-organisasi yang berbeda, dan interpretasi tindakan dalam budaya ini juga beragam. Setiap organisasi memiliki budaya yang berbeda-

beda dan setiap individu dalam organisasi tersebut menafsirkan budaya tersebut secara berbeda. Terkadang, perbedaan budaya dalam organisasi justru menjadi kekuatan dari organisasi sejenis lainnya.

Budaya organisasi merupakan suatu system nilai yang dipegang dan dilakukan oleh anggota organisasi, sehingga hal yang sedemikian tersebut bisa membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya. System nilai tersebut dibangun oleh 7 karakteristik sebagai intisari (*essence*) dari budaya organisasi (Robbins, 1996:681), 7 karakteristik tersebut adalah:

1. Inovasi dan pengambilan risiko (*Innovation and risk taking*). Tingkatan dimana para karyawan terdorong untuk berinovasi dan mengambil risiko.
2. Perhatian yang rinci (*Attention to detail*). Suatu tingkatan dimana para karyawan diharapkan memperlihatkan kecermatan (*precision*), analisis dan perhatian kepada rincian.
3. Orientasi hasil (*Outcome orientation*). Tingkatan dimana manajemen memusatkan perhatian pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil.
4. Orientasi pada manusia (*People orientation*). Suatu tingkatan dimana keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil-hasil pada orang-orang anggota organisasi itu.
5. Orientasi tim (*Team orientation*). Suatu tingkatan dimana kegiatan kerja diorganisir di sekitar tim-tim, bukannya individu-individu.
6. Keagresifan (*Aggressiveness*). Suatu tingkatan dimana orang-orang

(anggota organisasi) itu memiliki sifat agresif dan kompetitif dan bukannya santai-santai.

7. Stabilitas (*Stability*). Suatu tingkatan dimana kegiatan organisasi menekankan di pertahankannya status quo daripada pertumbuhan.

2.3 Budaya Inovasi

Pengertian budaya dan inovasi memang secara harfiah berbeda, akan tetapi kedua istilah tersebut saling melengkapi jika digabung menjadi satu, yaitu “budaya inovasi”. Budaya ialah sistem dari pola-pola tingkah laku yang diturunkan secara sosial, yang bekerja menghubungkan komunitas manusia dengan lingkungan ekologi mereka. Dalam cara hidup komunitas ini, termasuk teknologi dan bentuk organisasi ekonomi, pola-pola menetap, bentuk pengelompokan sosial dan organisasi politik, kepercayaan, dan praktik keagamaan dan seterusnya (Keesing, 1974). Budaya dipandang sebagai seperangkat nilai bersama yang disampaikan melalui sarana-sarana simbolis seperti cerita, mitos, legenda, slogan, anekdot, dan cerita rakyat (Peters and Waterman dalam Skerlavaj et al., 2010). Sementara inovasi ialah proses yang mengembangkan suatu invensi baru atau ide baru ke dalam produk baru dan membawa itu ke pengguna/konsumen, Proses tersebut beresiko dan perlu seorang *entrepreneur* yang mau mengambil resiko tersebut (Verloop, 2013).

Kata inovasi dapat diartikan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan/atau pemanfaatan / mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru,

yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial). Inovasi sebagai suatu “obyek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya: suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (atau “agen/aktor”), baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi. Istilah inovasi memang sering didefinisikan secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa, Inovasi, dalam ilmu linguistik adalah fenomena munculnya kata-kata baru dan bukan kata-kata warisan. Inovasi berbeda dengan neologisme. Inovasi bersifat ‘tidak sengaja’.

Inovasi dalam organisasi pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934. Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi ‘kombinasi baru’. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Dalam inovasi dapat diciptakan nilai tambah, baik pada organisasi, pemegang saham, maupun masyarakat luas. Oleh karenanya sebagian besar definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru (dalam de Jong & den Hartog, 2003) sedangkan istilah ‘baru’ dijelaskan Adair (1996) bukan berarti *original* tetapi lebih ke *newness* (kebaruan). Arti kebaruan ini, diperjelas oleh pendapat Schumpeter bahwa 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 (dalam de Jong & Den Hartog, 2003). 'Kebaruan' juga terkait dimensi ruang dan waktu. '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 dijumpai 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. Artinya, kebaruan di jamannya, seperti pembuatan batik adalah suatu karya bersifat inovatif di jamannya.

Menurut Larsen and Lewis, (2007:11) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Hills (2008:11) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003:11) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”.

Inovasi ada dua macam inovasi yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental (Scot & Bruece, 1994), 1). Inovasi radikal dilakukan dengan skala besar, dilakukan oleh para ahli di bidangnya dan biasanya dikelola oleh departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi radikal ini sering kali dilakukan di bidang manufaktur dan lembaga jasa keuangan. 2). Inovasi inkremental merupakan proses penyesuaian dan mengimplementasikan perbaikan yang berskala kecil. Yang melakukan inovasi ini adalah semua pihak yang terkait sehingga pendekatan pemberdayaan sesuai dengan model inovasi inkremental ini (Bryd & Brown, 2003; Jones, 2004). Lebih lanjut De Jong & Den Hartog, (2003) menguraikan bahwa inovasi inkremental terlihat pada sektor kerja berikut ini : a). Knowledge-intensive service (KIS) yakni usahanya meliputi pengembangan ekonomi sebagai contoh konsultan akuntansi, administrasi, R&D service, teknik, komputer, dan manajemen. Sumber utama inovasi dari kemampuan mereka untuk memberikan hasil desain yang sesuai untuk pengguna layanan mereka. Inovasi mereka hadirkan setiap kali dan tidak terstruktur. b). Supplier-dominated services meliputi perdagangan retail, pelayanan pribadi, hotel dan restaurant. Macam inovasi berdasarkan fungsi ada dua yaitu inovasi teknologi dapat berupa produk, pelayanan atau proses produksi dan inovasi administrasi dapat bersifat

organisasional, struktural, dan inovasi sosial. inovasi incremental dalam hal ini yang melakukan inovasi bukan hanya para ahli saja tetapi semua karyawan yang terlibat dalam proses inovasi tersebut (Wess & Farr, dalam De Jong & Kemp, 2003). Maka inovasi incremental sesuai dengan perilaku inovatif karena semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal 'baru', yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi disebut perilaku inovatif.

2.3.1 Perilaku inovatif

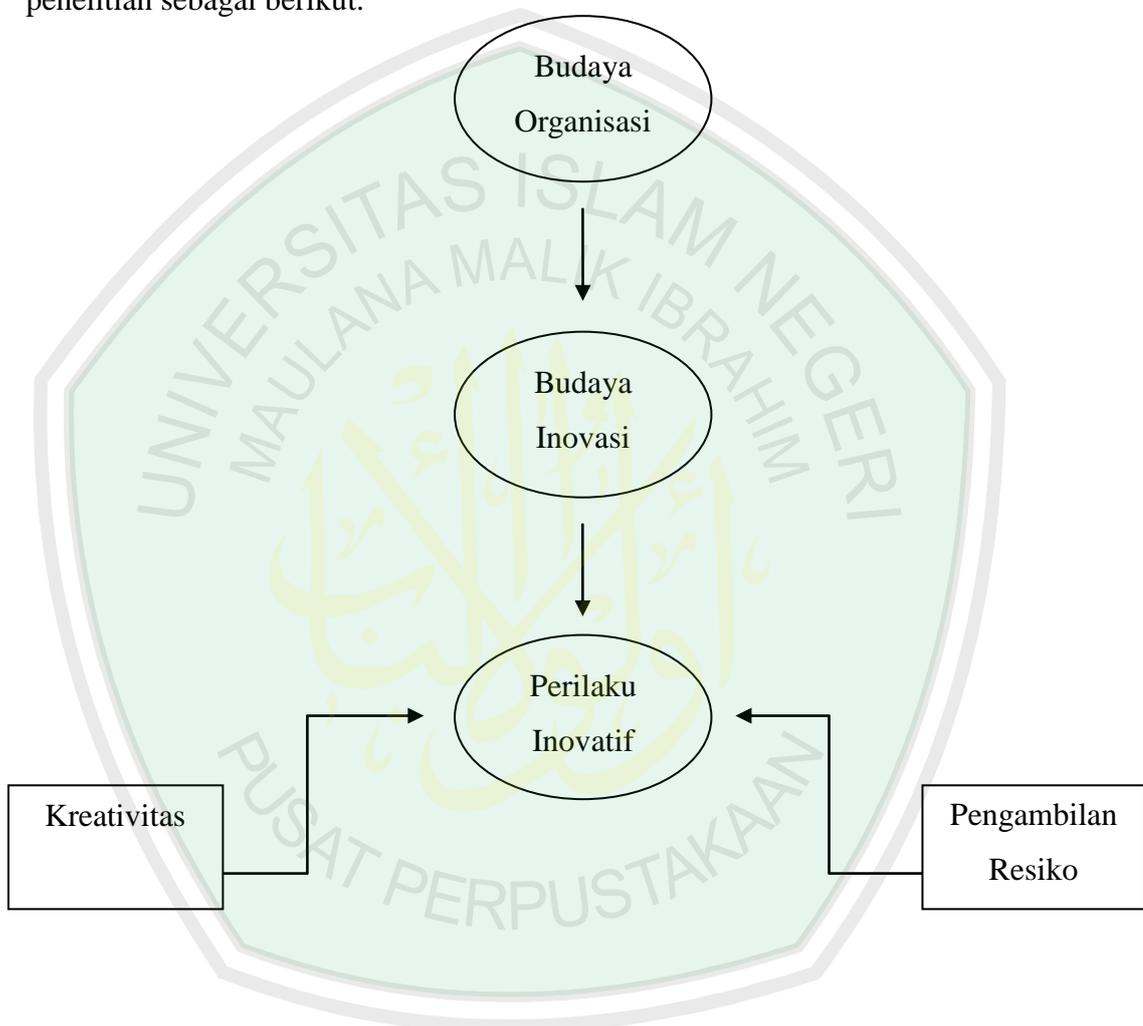
Pengertian perilaku inovatif menurut Wess & Farr (dalam De Jong & Kemp, 2003) adalah semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan hal-hal 'baru', yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi. Beberapa peneliti menyebutnya sebagai shop-floor innovation (e.g., Axtell et al., 2000 dalam De Jong & Den Hartog, 2003). Pendapat senada dikemukakan oleh Stein & Woodman (Brazeal & Herbert, 1997) mengatakan bahwa inovasi adalah implementasi yang berhasil dari ide-ide kreatif. Bryd & Bryman (2003) mengatakan bahwa ada dua dimensi yang mendasari perilaku inovatif yaitu kreativitas dan pengambilan resiko. Demikian halnya dengan pendapat Amabile dkk (de Jong & Kamp, 2003) bahwa semua inovasi diawali dari ide yang kreatif.

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru yang terdiri dari 3 aspek yaitu keahlian, kemampuan berfikir fleksibel dan imajinatif, dan motivasi internal (Bryd & Bryman, 2003). Dalam proses inovasi, individu mempunyai ide-ide baru, berdasarkan proses berfikir imajinatif dan didukung oleh

motivasi internal yang tinggi. Namun demikian sering kali, proses inovasi berhenti dalam tataran menghasilkan ide kreatif saja dan hal ini tidak dapat dikategorikan dalam perilaku inovatif. Dalam mengimplementasikan ide diperlukan keberanian mengambil resiko karena memperkenalkan ‘hal baru’ mengandung suatu resiko. Yang dimaksud dengan pengambilan resiko adalah kemampuan untuk mendorong ide baru menghadapi rintangan yang menghadang sehingga pengambilan resiko merupakan cara mewujudkan ide yang kreatif menjadi realitas (Bryd & Brown, 2003). Oleh karenanya, jika tujuan semula melakukan inovasi untuk kemanfaatan organisasi, tetapi jika tidak dikelola dengan baik justru menjadi bumerang. Adapun inovasi yang sesuai dengan perilaku inovatif adalah inovasi inkremental. Dalam hal ini, yang melakukan inovasi bukan hanya para ahli saja tetapi semua karyawan yang terlibat dalam proses inovasi tersebut. Oleh karenanya sistem pemberdayaan karyawan sangat diperlukan dalam perilaku inovatif ini.

Dalam penelitian ini, inovasi difokuskan bukan pada output inovatif. Fokus penelitian ini perilaku inovatif yang merupakan faktor kunci dari inovasi inkremental (Scott & Bruce, 1994; de Jong & Kemp, 2003). Yang dimaksud dengan perilaku inovatif dalam penelitian ini adalah semua perilaku individu yang diarahkan untuk menghasilkan dan mengimplementasikan hal-hal ‘baru’, yang bermanfaat dalam berbagai level organisasi; yang terdiri dari dua dimensi yaitu kreativitas dan pengambilan resiko dan proses inovasinya bersifat inkremental.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat di gambarkan dalam kerangka penelitian sebagai berikut.



Budaya Organisasi adalah sebuah sistem makna bersama yang dianut oleh para anggota yang membedakan suatu organisasi dari organisasi-organisasi lainnya. Sistem makna bersama ini adalah sekumpulan karakteristik kunci yang dijunjung tinggi oleh organisasi (Brown, 1998).

Penelitian menunjukkan bahwa ada tujuh karakteristik utama (Robbins, 1996:681) yang secara keseluruhan merupakan hakikat budaya organisasi. Salah satunya adalah Inovasi dan keberanian mengambil risiko. Sejauh mana karyawan didorong untuk berkreasi, bersikap inovatif (berperilaku inovatif) dan berani mengambil risiko.

2.4 Budaya Inovasi Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam sebagai mana dikatakan oleh Dr.Arifin Di zaman yang semakin maju ini, persaingan hidup semakin ketat. Terjadinya persaingan hidup karena jumlah manusia makin banyak, sementara bumi yang menjadi tempat tinggal dan lahan mencari rezeki tidak bertambah. Sementara itu, kebutuhan hidup pun tidak dapat ditahan, bahkan harus tercukupi. Oleh karena itu, inovasi sangat diperlukan dalam beradaptasi dengan semua itu. Pengertian tersebut bisa dipahami dalam

Firman Allah SWT :

﴿ وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَغْمًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ
يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ
عَلَى اللَّهِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿١٠٠﴾

Artinya: “Barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka mendapati di muka bumi ini tempat hijrah yang luas dan rezeki yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh telah tetap pahalanya di sisi Allah. Dan adalah Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (QS An-Nisa’ : 100).

Ayat tersebut menjelaskan secara tekstual (harfiah) hijrah adalah berpindah, sedangkan secara kontekstual makna hijrah adalah ‘membaharui hidup dalam segala aspek pada kondisi hasil karya hari ini lebih baik dari kemarin dan esok harus lebih baik dari hari ini’. Jadi, hakikat makna hijrah secara kontekstual adalah inovasi. Seseorang yang memiliki konsep hijrah dalam dirinya akan selalu menjunjung tinggi prinsip bahwa hari ini harus lebih baik dari kemarin, karena ketika hari ini sama dengan hari kemarin di akan merasa merugi. Tuntutan hal tersebut terdapat dalam hadist-hadist berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : « مِنْ حُسْنِ
إِسْلَامِ الْمَرْءِ تَرْكُهُ أَمَالَ يَعْينِيهِ ». حَدِيثٌ حَسَنٌ , رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ وَغَيْرُهُ هَكَذَا.

Dalam sebuah hadist dari Abu Hurairoh rodhiallohu ‘anhu berkata, Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “*Di antara tanda kebaikan keIslaman seseorang: jika dia meninggalkan hal-hal yang tidak bermanfaat baginya.*” (Hadits hasan, diriwayatkan oleh at-Tirmidzi no. 2318 dan yang lainnya).