

MANAJEMEN PERUBAHAN DAN INOVASI DALAM ORGANISASI

NURSAHWAL

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Email: nursahwal699@gmail.com

Abstract: Management of Change and Innovation in Organizations

This article aims to explore the concepts, approaches, models, driving factors, and benefits of change and innovation management within organizations to address the increasingly complex and competitive organizational environment. This study employs a literature review method by collecting data from primary sources such as books and journal articles. The data collection technique involves searching and analyzing various relevant literature, while the analysis technique used is descriptive analysis, which includes stages such as topic identification, literature collection and classification, systematic data presentation, contextual understanding, and conclusion drawing. Change management focuses on a systematic process of implementing strategies to encourage individual and organizational adaptation to new conditions, ensuring that changes are accepted, implemented, and sustained. In contrast, innovation management is a strategic process of creating, managing, and implementing new ideas to provide added value to the organization and establish a competitive advantage. Innovation encompasses product, process, and market aspects, enabling organizations to quickly respond to external changes and meet customer needs. This literature review is expected to provide valuable insights for academics and practitioners in developing adaptive, innovative, and sustainable organizations. Additionally, the study's findings can serve as practical recommendations for organizational leaders, managers, and business practitioners in designing and managing change and innovation strategies effectively within organizations.

Keywords: Change Management, Innovation Management, Organization

Abstrak: Manajemen Perubahan dan Inovasi dalam Organisasi

Artikel ini dilakukan untuk mengeksplorasi konsep, pendekatan, model-model, faktor pendorong, dan juga manfaat manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi untuk menghadapi dinamika lingkungan organisasi yang semakin kompleks dan kompetitif. Tujuan dari adanya artikel ini ialah untuk membahas mengenai manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi. Jenis penelitian yang digunakan ialah studi kepustakaan dengan mengumpulkan data dari sumber primer seperti buku dan artikel jurnal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian studi kepustakaan ini adalah dengan menelusuri dan membaca berbagai literatur atau sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan penelitian. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif dengan melalui tahapan diantaranya mengidentifikasi topik dan fokus penelitian, pengumpulan literatur dan sumber terkait, mengelompokkan informasi dari

literatur, menyajikan data secara sistematis, pemahaman konteks, dan penarikan kesimpulan. Manajemen perubahan berfokus pada proses sistematis untuk menerapkan strategi yang mendorong adaptasi individu dan organisasi terhadap kondisi baru, dengan tujuan memastikan perubahan dapat diterima, diterapkan, dan berkelanjutan. Sebaliknya, manajemen inovasi adalah proses strategis untuk menciptakan, mengelola, dan mengimplementasikan ide-ide baru guna memberikan nilai tambah bagi organisasi dan menciptakan keunggulan bersaing. Inovasi mencakup aspek produk, proses, dan pasar yang memungkinkan organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta merespons perubahan eksternal dengan cepat. Implikasi dari adanya kajian terhadap literatur yang membahas mengenai manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi ini ialah diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi akademisi dan praktisi dalam mengembangkan organisasi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan. Selain itu, memberikan rekomendasi praktis bagi pemimpin organisasi, manajer, dan praktisi bisnis dalam merancang serta mengelola strategi perubahan dan inovasi dalam organisasi.

Kata Kunci : Manajemen Perubahan, Manajemen Inovasi, Organisasi

PENDAHULUAN

Perubahan organisasi memainkan peran strategis dalam memastikan keberlangsungan dan kemajuan organisasi di tengah tingkat persaingan yang semakin kompetitif. Kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan menjadi faktor penentu kesuksesan di era modern yang penuh ketidakpastian. Sedangkan inovasi mendorong pertumbuhan organisasi sekaligus menguasai persaingan. Dalam era yang ditandai oleh perubahan cepat dan kompleksitas tinggi, inovasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis bagi organisasi untuk bertahan dan berkembang.

Manajemen perubahan organisasi adalah disiplin ilmu sekaligus praktik yang bertujuan untuk mengelola perubahan secara sistematis dan terencana yang fokus utamanya adalah merancang, mengimplementasikan, dan mengelola perubahan agar organisasi mampu beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis serta mencapai tujuannya (Muhtar *et al.*, 2023). Proses ini mencakup berbagai aspek penting, seperti perencanaan strategis, pengembangan kepemimpinan, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan budaya organisasi.

Manajemen perubahan organisasi juga memainkan peran penting dalam menciptakan dan mempertahankan budaya kerja yang mendukung inovasi (Muhtar *et al.*, 2023). Budaya semacam ini mendorong pemberdayaan ide-ide baru, penerimaan terhadap risiko, dan apresiasi terhadap kontribusi karyawan dalam proses inovasi. Dengan budaya kerja yang inovatif, organisasi dapat menciptakan produk dan layanan baru, meningkatkan efisiensi operasional, serta menjaga daya saing di pasar yang dinamis.

Para manajer yang efektif perlu melihat manajemen perubahan bukan sebagai tugas tambahan, tetapi sebagai bagian integral dari tanggung jawab mereka sehari-hari. Hal ini penting karena perubahan tidak hanya mempengaruhi proses dan struktur

organisasi, tetapi juga menyentuh aspek mendalam dari perilaku individu dan kelompok dalam organisasi. Manajemen perubahan adalah tanggung jawab penting bagi setiap manajer. Dengan mengintegrasikan pemahaman interdisipliner dari ilmu sosial, manajer dapat mengelola perubahan secara lebih efektif, mengurangi resistensi, dan menciptakan organisasi yang lebih adaptif terhadap tantangan masa depan.

Pada masyarakat modern yang mengikui organisasi saat ini, terdapat banyak isu terkait perubahan dan inovasi tentang bagaimana individu atau kelompok dalam suatu organisasi menghadapinya. Desakan perubahan yang tak terelakkan menuntut organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi demi menjaga keberlangsungan mereka. Meskipun perubahan adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan, manajer dalam organisasi tidak bisa membiarkan perubahan terjadi begitu saja tanpa arah. Untuk tetap efektif, mereka harus merancang strategi yang tepat guna merencanakan, mengarahkan, dan mengendalikan perubahan tersebut. Di sisi lain, seringkali efektivitas dan efisiensi hanya dapat dicapai melalui perubahan itu sendiri. Oleh karena itu, adanya artikel mengenai manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi untuk memahami secara lebih mendalam konsep, teori, dan praktik terbaik dalam manajemen perubahan dan inovasi. Tidak hanya sebagai suatu kebutuhan saja, tetapi juga alat strategis untuk membawa organisasi menuju keberhasilan di tengah tantangan yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan jenis penelitian kajian pustaka atau studi kepustakaan dalam pengumpulan dan analisis data. Studi kepustakaan ialah jenis penelitian yang berfokus pada penggunaan sumber-sumber tertulis yang berasal dari literatur yang relevan tanpa harus melakukan wawancara atau observasi langsung di lapangan (Adlini *et al.*, 2022). Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur-literatur seperti buku dan artikel jurnal yang relevan terhadap pembahasan dalam penelitian yang dilakukan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dengan menelusuri dan membaca berbagai literatur atau sumber-sumber buku dan artikel jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Teknis analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif melalui langkah-langkah diantaranya mengidentifikasi topik dan fokus penelitian, pengumpulan literatur dan sumber terkait, mengelompokkan informasi dari literatur berdasarkan tema, konsep, atau kategori tertentu, menyajikan data secara sistematis, pemahaman konteks, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Manajemen Perubahan

Manajemen perubahan adalah suatu proses yang dilaksanakan secara sistematis untuk menerapkan pengetahuan, alat, dan sumber daya yang dibutuhkan guna mempengaruhi perubahan pada individu atau kelompok yang terdampak oleh proses tersebut (Wibowo, 2006). Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa perubahan

dapat diterima, diterapkan, dan berkelanjutan, dengan memperhatikan aspek manusiawi serta kebutuhan organisasi yang berubah.

Manajemen perubahan seringkali didefinisikan sebagai proses berkelanjutan untuk memperbarui organisasi dalam hal arah, struktur, dan kapabilitas guna memenuhi kebutuhan pasar, pelanggan, serta para pekerja yang terus berkembang. Seiring dengan laju perubahan yang semakin cepat dibandingkan masa sebelumnya, kegiatan manajemen perubahan harus dilakukan pada tingkat yang tinggi. Hal ini bertujuan untuk memastikan organisasi mampu beradaptasi secara efektif dan tetap relevan di tengah dinamika lingkungan yang terus berubah. Selain itu, terdapat para ahli mengenai manajemen perubahan diantaranya:

- a. Menurut McCalmán, perubahan dalam suatu organisasi memerlukan apa yang disebut dengan perpetual transition management, yaitu suatu kerangka kerja manajemen transisi yang memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memicu perubahan dalam organisasi dan bagaimana organisasi tersebut merespons perubahan tersebut (Zulfianti & Riza, 2015). Kerangka kerja ini membantu organisasi dalam mengelola transisi yang berkelanjutan dan memastikan bahwa perubahan tersebut dapat diterima serta diimplementasikan secara efektif.
- b. Menurut Wibowo, (2006) menyatakan manajemen perubahan adalah suatu proses yang dilaksanakan secara sistematis untuk menerapkan pengetahuan, sarana, dan sumber daya yang diperlukan guna mempengaruhi perubahan pada individu atau kelompok yang terdampak oleh proses tersebut. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa perubahan yang diterapkan dapat diterima, diimplementasikan, dan menghasilkan dampak positif bagi organisasi.
- c. Menurut Prof. Dr. J. Winardi, manajemen perubahan adalah upaya yang dilakukan oleh manajer untuk mengelola perubahan secara efektif (Zulfianti & Riza, 2015). Dalam proses ini, diperlukan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek penting, seperti motivasi, kepemimpinan, dinamika kelompok, manajemen konflik, dan komunikasi. Elemen-elemen tersebut saling berperan dalam memastikan perubahan dapat diterapkan dengan sukses dan mendukung tujuan organisasi.

Berdasarkan pendapat yang telah diungkapkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen perubahan adalah proses yang dilaksanakan secara sistematis untuk menerapkan pengetahuan dalam memberikan solusi bisnis yang terorganisasi. Proses ini bertujuan untuk menghasilkan perubahan yang terencana dengan sukses melalui metode yang efektif, termasuk bekerja sama dengan konsultan untuk mendukung implementasinya.

Force Field Theory yang dikemukakan oleh Kurt Lewin dalam Rahmadyah & Aslami (2022) menjelaskan bahwa kondisi suatu organisasi atau sistem berada dalam keadaan keseimbangan (*equilibrium*) yang dipengaruhi oleh dua kekuatan utama yang saling berlawanan, yaitu 1) *Driving forces* adalah kekuatan-kekuatan yang mendorong perubahan atau memotivasi organisasi untuk keluar dari status quo. Perannya ialah

sebagai kekuatan yang memberikan dorongan untuk bergerak maju dan mengatasi resistensi yang menghambat perubahan; 2) *Restraining forces* (kekuatan penahan) adalah kekuatan-kekuatan yang mempertahankan kondisi saat ini dan menghambat terjadinya perubahan. Tujuannya ialah untuk menjaga stabilitas organisasi, tetapi seringkali menjadi hambatan jika organisasi perlu beradaptasi dengan perubahan.

Manajemen perubahan bertujuan untuk memberikan solusi bisnis yang diperlukan secara sukses melalui pendekatan yang terorganisasi dan metode yang efektif, dengan fokus pada pengelolaan dampak perubahan terhadap individu yang terlibat. Perubahan selalu dimulai dengan inisiatif yang didorong oleh pandangan terhadap hasil positif. Namun, salah satu hambatan paling umum dalam keberhasilan perubahan adalah resistensi manusia. Resistensi ini dapat menghambat proses perubahan, sehingga mengelola resistensi dengan baik menjadi kunci untuk memastikan perubahan dapat berlangsung lebih cepat dan lancar.

Konsep Dasar Manajemen Inovasi

Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris yakni "*innovation*" dalam bahasa Inggris sering diterjemahkan sebagai sesuatu yang baru atau pembaruan, namun, kata tersebut juga diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia menjadi "inovasi" (Rouf, 2016). Terkadang, inovasi digunakan untuk merujuk pada penemuan, karena hal baru seringkali merupakan hasil dari suatu penemuan. Di sisi lain, istilah penemuan juga kerap digunakan untuk menerjemahkan kata dalam bahasa Inggris seperti "*discovery*" dan "*invention*". Selain itu, ada yang menghubungkan pengertian inovasi dengan modernisasi, karena keduanya berkaitan dengan upaya pembaruan.

Inovasi adalah suatu tindakan yang melibatkan proses menciptakan gagasan baru dan mewujudkannya menjadi realitas (Amwa & Aslami, 2022). Gagasan ini tidak hanya muncul pada satu waktu atau tempat tertentu, tetapi menjadi proses berkesinambungan yang terjadi di berbagai situasi. Namun, tantangan utamanya adalah bagaimana mengubah ide tersebut menjadi aksi nyata yang memberikan dampak positif.

Manajemen inovasi adalah proses strategis yang bertujuan untuk mengelola inovasi di dalam perusahaan sehingga dapat memberikan nilai tambah dan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Zulfianti & Riza, 2015). Dengan mengelola inovasi secara efektif, perusahaan mampu menghadirkan solusi kreatif, memperkuat posisi pasar, dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Manajemen inovasi menjadi kebutuhan penting bagi organisasi karena ide-ide segar harus terus mengalir secara konsisten dan secepat mungkin. Hal ini diperlukan untuk mengantisipasi perkembangan dunia yang semakin cepat, beragam, dan dinamis. Dengan manajemen inovasi yang efektif, perusahaan dapat merespons perubahan dengan lebih baik, menjaga relevansi, dan tetap kompetitif di pasar global.

Manajemen inovasi adalah proses mengelola dan menyusun strategi inovasi untuk mencapai kesuksesan ekonomi dan sosial secara efisien dan efektif, dengan memanfaatkan seluruh sumber daya perusahaan, baik dari dalam maupun luar organisasi. Berinovasi membutuhkan manajemen yang terstruktur, dimana manajemen itu sendiri mencakup proses merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengevaluasi tujuan serta pencapaian tujuan perusahaan secara efisien (Zulfianti & Riza, 2015). Dalam konteks inovasi, manajemen melihatnya sebagai sebuah sistem yang saling terkait, di mana setiap elemen inovasi bergantung satu sama lain untuk menciptakan nilai yang berkelanjutan.

Manajer dituntut untuk mengubah cara-cara tradisional dalam menjalankan fungsi manajerial dalam manajemen inovasi. Hal ini termasuk perubahan dalam cara menetapkan sasaran perusahaan, merancang rencana pencapaian, serta memahami dan menyeimbangkan berbagai tuntutan dari pihak-pihak eksternal perusahaan. Dengan demikian, manajer tidak hanya berfokus pada pencapaian internal, tetapi juga mampu merespons kebutuhan pasar dan pemangku kepentingan di luar Perusahaan.

Pendekatan Manajemen Perubahan dan Inovasi dalam Organisasi

Pada manajemen perubahan terdapat dua pendekatan utama yang dilakukan menurut Wibowo, (2006) yaitu *planned change* (perubahan terencana) dan *emergent change* (perubahan darurat). Berikut ini penjelasan lebih lanjut mengenai kedua pendekatan dalam manajemen perubahan di antaranya:

1) *Planned Change* (Perubahan Terencana)

Bullock dan Batten mengemukakan bahwa untuk melaksanakan perubahan terencana, diperlukan empat fase tindakan utama, yaitu:

- a. *Exploration phase* (fase eksplorasi) ialah suatu fase mengidentifikasi kebutuhan akan perubahan dan memastikan kesiapan organisasi untuk menghadapi perubahan tersebut. Tahap ini mencakup analisis masalah dan perencanaan awal.
- b. *Planning phase* (fase perencanaan) ialah merancang strategi dan rencana aksi yang terstruktur untuk mengimplementasikan perubahan. Tahap ini melibatkan identifikasi sumber daya, alokasi tugas, dan penentuan target. Proses perubahan ini melibatkan pengumpulan informasi, menetapkan tujuan perubahan, merancang langkah-langkah yang sesuai untuk mencapainya, serta meyakinkan para pengambil keputusan utama agar menyetujui tujuan tersebut dan mendukung implementasi perubahan yang direncanakan.
- c. *Action phase* (fase tindakan) ialah melaksanakan rencana perubahan dengan melibatkan seluruh pihak terkait, termasuk pemantauan implementasi dan penanganan hambatan yang muncul. Proses perubahan ini mencakup desain dan langkah-langkah strategis untuk mengarahkan organisasi dari *current state* (keadaan sekarang) menuju *future state* (keadaan yang diharapkan di masa depan). Implementasi perubahan bertujuan untuk memastikan bahwa transformasi berjalan

sesuai dengan visi yang telah ditetapkan, dengan tetap mempertimbangkan faktor manusia, teknologi, dan operasional agar transisi berlangsung secara efektif.

- d. *Integration phase* (fase integrasi) ialah menanamkan hasil perubahan ke dalam budaya dan operasional organisasi untuk memastikan keberlanjutannya. Tahap ini mencakup evaluasi hasil dan pembelajaran untuk perbaikan di masa mendatang (Zulfianti & Riza, 2015).

2. *Emergent Approach* (Pendekatan Darurat)

Emergent Approach (Pendekatan Darurat) dalam manajemen perubahan mengacu pada suatu pendekatan yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perubahan, dimana perubahan terjadi secara spontan dan seringkali sebagai respons terhadap situasi atau kebutuhan yang tidak terduga. Pendekatan ini berbeda dengan *Planned Change* (Perubahan Terencana) yang lebih terstruktur dan dirancang sebelumnya.

Kemudian menurut Canto dalam Nurjanah (2015) mengemukakan bahwa dalam perkembangan manajemen inovasi dalam penelitian makro terdapat dua pendekatan utama yang digunakan perusahaan dalam menciptakan inovasi.

- a. *Innovation as a process*, mendefinisikan inovasi sebagai suatu proses yang terjadi dalam organisasi serta melibatkan aspek sosial yang mendukung kreativitas individu, budaya organisasi, kondisi lingkungan, serta faktor sosial dan ekonomi. Pendekatan ini menekankan bagaimana inovasi dapat muncul melalui interaksi dalam organisasi dan berbagai elemen pendukungnya.
- b. *Innovation as an outcome*, menganggap inovasi sebagai hasil akhir, yaitu produk atau penciptaan sesuatu yang memiliki nilai tambah. Dalam perspektif ini, inovasi lebih difokuskan pada keluaran yang dihasilkan, seperti produk baru atau pengembangan produk yang memberikan manfaat lebih besar.

Secara keseluruhan, baik dalam manajemen perubahan maupun inovasi, organisasi dapat memilih pendekatan yang paling sesuai dengan situasi yang dihadapi. Pendekatan terencana cocok untuk perubahan yang dapat diprediksi dan dikelola secara sistematis, sedangkan pendekatan darurat lebih sesuai untuk kondisi yang dinamis dan memerlukan respons cepat. Sementara itu, dalam inovasi, pendekatan berbasis proses lebih menitikberatkan pada kreativitas dan interaksi organisasi, sedangkan pendekatan berbasis hasil berfokus pada produk akhir yang memberikan manfaat konkret bagi perusahaan dan pelanggan.

Model Manajemen Perubahan dan Inovasi dalam Organisasi

Menurut Burnes, perubahan organisasional dapat dilihat sebagai hasil dari tiga proses utama yang saling terkait dalam organisasi, yaitu:

- 1) *The Choice Process* (Proses Pilihan) ialah model yang mengacu pada rangkaian langkah atau tahapan di mana organisasi atau individu membuat keputusan yang terkait dengan perubahan. *The Choice Process* terdiri dari tiga elemen yaitu *organizational context* (konteks organisasi), *focus of choice* (fokus pilihan), dan

organization trajectory (lintasan organisasi). Dalam konteks manajemen perubahan, proses ini berfokus pada bagaimana pilihan-pilihan dibuat untuk mengarahkan organisasi menuju tujuan perubahan yang diinginkan, sambil mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal.

- 2) *The Trajectory Process* (Proses Lintasan) adalah sebuah model dalam manajemen perubahan yang berfokus pada perjalanan atau jalur yang dilalui oleh suatu organisasi saat mengalami transformasi dari kondisi saat ini menuju kondisi yang diinginkan. Ada tiga elemen utama dalam *The Trajectory Process* yang membantu menjelaskan perjalanan perubahan dalam organisasi yakni visi, strategi, dan perubahan.
- 3) *The Change Process* (Proses Perubahan) adalah serangkaian langkah atau tahapan yang sistematis untuk mengelola dan menerapkan perubahan dalam sebuah organisasi, dengan tujuan mencapai kondisi yang diinginkan secara efektif dan efisien. Proses ini dirancang untuk membantu organisasi beradaptasi dengan kebutuhan baru, mengatasi tantangan, dan memanfaatkan peluang.

Kemudian dari segi inovasi, terdapat juga model-model inovasi yang diterapkan dalam organisasi. Menurut Usman *et al.*, (2024), ada tiga model inovasi dalam manajemen strategik yang dapat diterapkan dalam organisasi diantaranya:

- a. Model inovasi linear, yang merupakan model paling sederhana dan pertama kali dikembangkan. Model ini menggambarkan inovasi sebagai proses bertahap, dimulai dengan penelitian dan pengembangan, kemudian diikuti dengan pengenalan produk atau layanan baru ke pasar. Proses inovasi dalam model ini dianggap linear, dengan setiap tahap berjalan secara berurutan tanpa adanya interaksi antar tahapan. Biasanya, model ini dimulai dengan riset dasar, dilanjutkan dengan riset terapan, pengembangan produk, dan akhirnya komersialisasi.
- b. Model inovasi interaktif, yang menekankan pentingnya interaksi antar berbagai departemen dalam organisasi selama proses inovasi. Dalam model ini, inovasi dilihat sebagai proses yang saling terhubung, melibatkan berbagai pihak seperti pelanggan, pemasok, mitra bisnis, dan departemen internal organisasi. Model ini memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan.
- c. Model inovasi sistemik menekankan bahwa inovasi tidak terjadi secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh sistem yang lebih besar di mana organisasi beroperasi. Model ini menyoroti interaksi antara berbagai elemen, seperti lembaga pendidikan, pemasok, pelanggan, dan bahkan pesaing. Model inovasi ini dapat diterapkan dengan membangun kemitraan strategis dengan pihak eksternal yang dapat mendukung proses inovasi. Oleh karena itu, model inovasi sistemik menekankan pentingnya kolaborasi antar sektor dan aktor untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam organisasi dapat diterapkan melalui berbagai model yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks organisasi. Model inovasi linear menggambarkan inovasi sebagai proses bertahap yang berjalan secara berurutan, cocok untuk organisasi dengan struktur yang lebih formal dan terencana. Model inovasi interaktif lebih menekankan pentingnya interaksi antar berbagai pihak dalam dan luar organisasi, sehingga memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap kebutuhan pasar. Sementara itu, model inovasi sistemik mengakui bahwa inovasi terjadi dalam ekosistem yang lebih luas dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, mendorong kolaborasi antara berbagai aktor untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi. Oleh karena itu, dengan menerapkan model inovasi yang tepat, organisasi dapat meningkatkan efektivitas inovasi mereka, beradaptasi dengan perubahan pasar, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Faktor Pendorong Perubahan dan Inovasi dalam Organisasi

Pada konteks organisasi atau perusahaan, individu atau sistem yang mendorong terjadinya perubahan biasanya melakukannya dengan harapan mencapai tujuan secara lebih optimal. Perubahan yang direncanakan seringkali dipengaruhi oleh beberapa faktor, sehingga perusahaan perlu menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan perubahan tersebut untuk tetap relevan dan kompetitif. Ada dua faktor yang menyebabkan adanya perubahan dalam organisasi menurut pendapat Arifin (2017) yakni faktor internal dan eksternal. Berikut ini penjelasan lebih lanjut mengenai kedua faktor tersebut di antaranya:

1) Faktor Internal

Faktor internal yang mendorong perubahan dalam sebuah organisasi atau perusahaan adalah faktor yang berasal dari dalam organisasi itu sendiri yang seringkali muncul karena adanya kebutuhan mendesak atau dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang dihadapi, terutama saat perusahaan berada dalam situasi sulit atau kritis (Rahmadyah & Aslami, 2022). Faktor-faktor internal yang umum mempengaruhi perubahan dalam organisasi yakni a) perubahan kebijakan lingkungan; b) perubahan tujuan; c) perluasan wilayah; d) volume kegiatan bertambah banyak; dan e) sikap dan perilaku anggota organisasi yang kaku (Tompobolon, 2020). Faktor internal ini dapat mempengaruhi organisasi serta aktivitas di dalamnya. Proses kerja sama yang terjadi dalam organisasi terkadang menjadi alasan perlunya perubahan. Permasalahan ini muncul akibat sistem kerja sama yang diterapkan, serta berkaitan dengan sarana atau peralatan yang digunakan. Sistem kerja sama yang terlalu kaku atau justru terlalu longgar dapat berdampak pada individu dalam organisasi.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mendorong perubahan dalam organisasi adalah faktor-faktor yang berasal dari luar perusahaan dan berada di luar kendali langsung organisasi

(Rahmadyah & Aslami, 2022). Organisasi yang responsif terhadap perubahan lingkungan cenderung beradaptasi dengan lebih baik. Umumnya, perubahan besar dalam organisasi jarang terjadi karena adanya tekanan atau dorongan kuat dari lingkungan eksternal yang menekan organisasi untuk beradaptasi sehingga terjadilah perubahan yang signifikan dalam organisasi (Tompobolon, 2020). Beberapa faktor eksternal yang mempengaruhi perubahan organisasi meliputi perkembangan teknologi, kondisi ekonomi, serta kebijakan pemerintah. Contohnya mencakup aspek politik, hukum, budaya, teknologi, sumber daya alam, demokrasi, kependudukan, dan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa perubahan dalam organisasi atau perusahaan merupakan suatu keniscayaan yang terjadi sebagai upaya untuk mencapai tujuan secara lebih optimal. Faktor internal berasal dari dalam organisasi dan seringkali muncul karena kebutuhan mendesak atau kondisi tertentu yang mengharuskan perubahan. Sementara itu, faktor eksternal tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh organisasi sehingga secara tidak langsung mendorong organisasi melakukan perubahan. Oleh karena itu, dengan memahami kedua faktor ini, organisasi dapat lebih siap menghadapi perubahan serta mampu menyesuaikan strategi dan kebijakan guna memastikan keberlangsungan dan daya saing di lingkungan yang terus berkembang.

Selanjutnya untuk inovasi dalam suatu organisasi sendiri tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor eksternal yang mendorong adanya inovasi dalam organisasi diantaranya adanya perubahan kebijakan pemerintah, situasi ekonomi, dan persaingan pasar juga berkontribusi dalam mendorong organisasi untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif, sedangkan faktor internal seperti struktur organisasi dan budaya kerja juga berpengaruh dalam mendorong inovasi (Usman *et al.*, 2024). Oleh karena itu, inovasi dalam organisasi tidak terjadi secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Dengan mengelola kedua faktor ini secara optimal, organisasi dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Macam-Macam Inovasi dalam Organisasi

Menurut studi yang dilakukan oleh Ojasalo dalam Rouf (2016) menyatakan bahwa inovasi dapat dibagi menjadi tiga jenis utama, yang masing-masing memiliki fokus dan tujuan yang berbeda dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi di antaranya:

1. Inovasi produk adalah perubahan atau penciptaan produk baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan (Wahyudi, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk berfokus pada penciptaan atau pengembangan produk baru atau yang diperbarui untuk meningkatkan nilai dan daya tariknya di pasar. Tujuannya ialah untuk meningkatkan penjualan, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada, sehingga memberikan

- kontribusi langsung terhadap pendapatan perusahaan. Misalnya pengembangan ponsel pintar dengan teknologi kamera AI atau kendaraan listrik yang lebih efisien.
2. Inovasi proses ialah perbaikan atau perubahan pada metode produksi atau operasional perusahaan untuk meningkatkan efisiensi (Wahyudi, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi proses fokus pada pembaruan atau penyempurnaan cara kerja, metode produksi, dan operasional organisasi. Tujuannya adalah menciptakan efisiensi, memastikan kualitas produk atau layanan tetap terjaga, dan mengurangi pengeluaran tanpa mengorbankan hasil akhir. Misalnya digitalisasi proses administrasi untuk mengurangi penggunaan kertas. Inovasi proses dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu inovasi teknologi yang melibatkan perubahan cara produk diproduksi dengan memperkenalkan teknologi baru termasuk peralatan fisik, teknik, dan sistem, sementara inovasi organisasi berfokus pada perubahan dalam struktur organisasi, strategi, dan proses administrasi (Damanpour & Schneider, 2006).
 3. Inovasi pasar ialah inovasi yang berfokus pada strategi untuk memperluas atau mengubah cara sebuah perusahaan berinteraksi dengan pasar (Wahyudi, 2019). Hal ini mencakup identifikasi segmen pasar baru, optimalisasi bauran pemasaran (*marketing mix*), dan pemilihan pasar yang paling potensial untuk dilayani. Misalnya perusahaan makanan cepat saji yang menyesuaikan menunya untuk budaya lokal pada negara tertentu.

Selanjutnya menurut Darroch & McNaughton (2002) Inovasi dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis utama, yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental.

- a. Inovasi radikal merujuk pada inovasi yang didorong oleh perkembangan teknologi (*technology push*), yang memungkinkan perusahaan menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi pasar atau pelanggan (Nurjanah, 2015). Inovasi radikal berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang melakukannya, serta memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan masyarakat secara luas.
- b. Inovasi inkremental merupakan inovasi yang berorientasi pada kebutuhan pasar (*market pull*) yang ide-idenya berasal dari permintaan atau kebutuhan pasar, sehingga sering disebut sebagai produk yang berorientasi pasar atau *marketable product* (Nurjanah, 2015). Berbeda dengan inovasi radikal yang bersumber dari kemajuan teknologi, inovasi inkremental lebih berfokus pada peningkatan bertahap terhadap produk atau layanan yang sudah ada agar lebih sesuai dengan harapan pasar. Inovasi inkremental menjadi strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan yang ingin mempertahankan posisinya di pasar dengan terus menyesuaikan produk atau layanannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka secara keseluruhan inovasi memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi. Dengan mengadopsi berbagai jenis inovasi yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pasar. Inovasi tidak hanya berperan dalam menciptakan produk atau layanan baru, tetapi juga dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, serta menyesuaikan strategi bisnis agar tetap kompetitif di tengah perubahan lingkungan yang dinamis. Organisasi yang mampu berinovasi secara konsisten akan lebih adaptif terhadap tantangan dan peluang, sehingga dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, inovasi juga berkontribusi dalam menciptakan nilai tambah yang menguntungkan suatu organisasi secara finansial, membangun hubungan jangka panjang, meningkatkan kepuasan bagi para penggunanya, serta memperkuat posisi organisasi.

Manfaat Manajemen Perubahan dan Inovasi dalam Organisasi

Manajemen perubahan yang efektif memberikan berbagai manfaat bagi organisasi. Berikut adalah beberapa manfaat utamanya yakni:

- 1) Meningkatkan produktivitas serta loyalitas mereka terhadap organisasi dengan melibatkan karyawan dalam proses perubahan, mereka akan merasa memiliki peran penting dalam menentukan masa depan organisasi.
- 2) Organisasi yang mampu mengelola perubahan dengan baik akan lebih mudah beradaptasi terhadap dinamika pasar, perkembangan teknologi, serta perubahan dalam lingkungan bisnis.
- 3) Manajemen perubahan yang terencana dengan baik dapat mengurangi penolakan karyawan terhadap perubahan karena adanya komunikasi yang jelas dan keterlibatan aktif, karyawan lebih cenderung menerima dan mendukung perubahan yang terjadi.
- 4) Implementasi perubahan yang sukses dapat meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, serta kualitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi.
- 5) Ketika karyawan merasa didengar dan dilibatkan dalam proses perubahan, motivasi serta semangat kerja mereka meningkat.
- 6) Manajemen perubahan yang baik membantu organisasi dalam mengenali, mengevaluasi, serta mengurangi potensi risiko yang mungkin timbul selama proses perubahan berlangsung.
- 7) Perubahan yang dikelola dengan baik, akan menghasilkan peningkatan kualitas produk atau layanan.
- 8) Pengelolaan perubahan secara efektif dapat membangun budaya kerja yang mendorong inovasi dan perbaikan berkelanjutan.
- 9) Proses manajemen perubahan yang berbasis data memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih akurat dan strategis, sehingga memberikan hasil bisnis yang lebih optimal (Rismansyah, 2024).

Inovasi dalam memberikan manfaat dan membawa perbaikan tidak hanya terbatas pada ilmu pengetahuan atau metode-metode yang belum bisa diterapkan secara praktis. Inovasi juga dapat memberikan berbagai manfaat yakni:

- a. Meningkatkan daya saing, inovasi memungkinkan perusahaan menjadi lebih kompetitif di pasar. Dengan menciptakan produk atau layanan baru yang lebih unggul atau efisien, perusahaan dapat menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.
- b. Beradaptasi dengan perubahan, pasar selalu mengalami perubahan dan perkembangan. perusahaan yang gagal beradaptasi berisiko tertinggal. Inovasi membantu perusahaan tetap relevan dengan kondisi pasar saat ini dan mengikuti tren yang berkembang.
- c. Meningkatkan efisiensi, inovasi membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dan menekan biaya produksi melalui pengembangan proses atau teknologi baru.
- d. Memperkuat citra merek, perusahaan yang terus berinovasi dan peka terhadap isu sosial cenderung memiliki citra merek yang positif di mata pelanggan.
- e. Meningkatkan kinerja perusahaan, inovasi memungkinkan perusahaan meningkatkan kinerja dan profitabilitasnya dengan menghadirkan produk atau layanan yang lebih unggul dan efisien. Hal ini dapat mendorong peningkatan penjualan atau pengurangan biaya operasional (Alam *et al.*, 2023).

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa manajemen perubahan dan inovasi mendukung keberlanjutan dan daya saing organisasi. Manajemen perubahan yang efektif tidak hanya membantu organisasi dalam beradaptasi tetapi juga meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, serta keterlibatan karyawan dalam proses perubahan. Dengan mengelola perubahan secara strategis, organisasi dapat menciptakan budaya kerja yang lebih inovatif, mengurangi risiko, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan. Di sisi lain, inovasi berkontribusi besar dalam memperkuat daya saing organisasi dengan menghadirkan solusi baru yang lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan pasar. Adanya inovasi, organisasi dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat citra merek, dan meningkatkan profitabilitas. Dengan demikian, kombinasi antara manajemen perubahan yang efektif dan inovasi yang berkelanjutan menjadi kunci utama dalam memastikan organisasi tetap relevan, berkembang, dan mampu menghadapi tantangan masa depan.

PENUTUP

Manajemen perubahan dan inovasi adalah dua konsep saling melengkapi yang memastikan organisasi dapat beradaptasi dan berkembang di tengah dinamika lingkungan. Dengan pengelolaan yang terencana dan inovatif, organisasi mampu mencapai keberlanjutan, relevansi, dan keunggulan kompetitif. Manajemen perubahan adalah proses sistematis untuk menerapkan pengetahuan, sumber daya, dan strategi

dalam mengelola perubahan yang terjadi di organisasi, baik pada individu maupun kelompok yang terpengaruh. Tujuan utama adalah memastikan perubahan diterima, diterapkan, dan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan aspek manusia serta kebutuhan organisasi. Pendekatan dalam manajemen perubahan terbagi menjadi *planned change* (perubahan terencana) yang bersifat sistematis, serta *emergent change* (perubahan darurat) yang adaptif. Sedangkan Inovasi melibatkan penciptaan dan penerapan ide baru yang memberikan nilai tambah bagi organisasi dan pelanggan. Manajemen inovasi adalah pendekatan strategis untuk mengelola ide-ide tersebut agar menghasilkan keunggulan kompetitif. Jenis inovasi meliputi inovasi produk, proses, dan pasar, yang masing-masing fokus pada pengembangan nilai, efisiensi, dan strategi pemasaran.

Artikel tentang manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi memiliki implikasi atau manfaat, baik secara teoritis dan praktis bagi individu maupun organisasi. Implikasi secara teoritis yang dapat diberikan dari adanya artikel ini ialah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen perubahan dan inovasi dalam organisasi. Sedangkan implikasi yang diberikan secara praktis diantaranya membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan eksternal, seperti perkembangan teknologi, regulasi baru, atau perubahan permintaan pasar, mengelola transisi dalam proses kerja, struktur, atau sistem untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memberikan rekomendasi bagi pemimpin dalam merancang serta mengelola strategi perubahan dan inovasi dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Alam, W. Y., Dyatmika, S. W., Ula, F. N. R., Sari, L., Aulia, A. P., Banggut, P. D., & Ngadas, P. (2023). *Menggali Potensi Manajemen Inovasi*. Sumedang: CV Mega Press Nusantara.
- Amwa, D. R., & Aslami, N. (2022). Manajemen Perubahan dan Inovasi Upaya Meningkatkan Daya Saing Suatu Organisasi. *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 2(1), 140–144.
- Arifin, M. (2017). Strategi Manajemen Perubahan dalam Meningkatkan Disiplin di Perguruan Tinggi. *Jurnal EduTech*, 3(1), 117–132.
- Damanpour, F., & Schneider, M. (2006). Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers1. *British Journal of Management*, 17(3), 215–236. <https://doi.org/doi:10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x>

- Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the link between Knowledge Management Practices and Types Innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 210–222.
- Muhtar, N. S., Jumawan, J., Hadita, H., Ramadhan, R., R. G. P., Ramadhan, I. D., Nurlela, S., & Firmansyah, R. R. (2023). Manajemen Perubahan Organisasi: Menciptakan Budaya Kerja yang Mendukung Inovasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(11), 4745–4749. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i11.1808>
- Nurjanah, S. (2015). Peranan Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Pendidikan. *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 2(1), 27–33.
- Rahmadiyah, N., & Aslami, N. (2022). Strategi Manajemen Perubahan Perusahaan di Era Transformasi Digital. *Ekonomam :Jurnal Ekonomi*, 2(1), 78–83. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v2i2.117>
- Rismansyah. (2024). *Manajemen Perubahan*. Padang: Omera Pustaka.
- Rouf, A. (2016). Transformasi dan Inovasi Manajemen Pendidikan Islam. *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 333–354. <https://doi.org/10.24090/jk.v3i2.904>
- Tompubolon, M. P. (2020). *Change Management Manajemen Perubahan : Individu, Tim Kerja, Organisasi*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Usman, F., Syahrani, & Sugiati, T. (2024). *Inovasi dalam Manajemen Strategik*. Padang: Takaza Innovatix Labs.
- Wahyudi, S. (2019). *Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka*. *Jurnal Valuta*, 5(2), 93–101.
- Wibowo. (2006). *Manajemen Perubahan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Zulfianti, N., & Riza. (2015). Manajemen Inovasi dan Perubahan pada Perguruan Tinggi (Studi Kasus Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Imam Bonjol Padang). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 134–148. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/view/626/521>